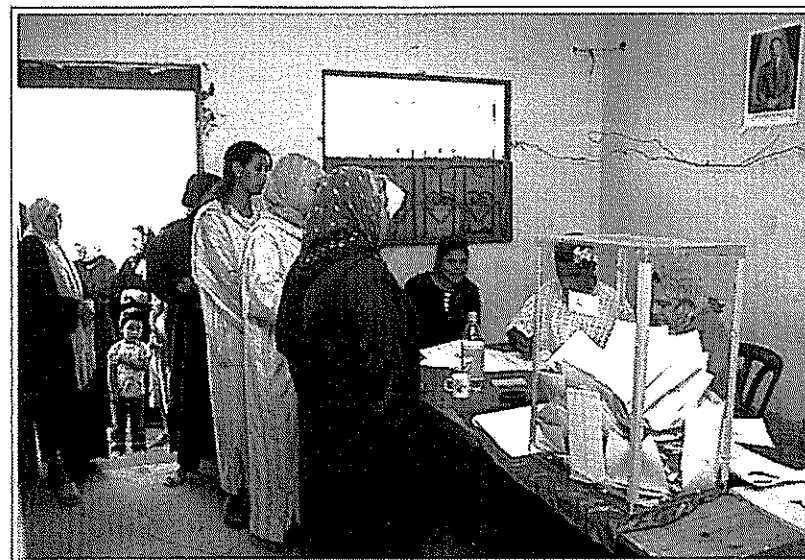


---

SOUS LA DIRECTION DE  
**Mounia Bennani-Chraïbi, Myriam Catusse  
et Jean-Claude Santucci**

# Scènes et coulisses de l'élection au Maroc

Les législatives 2002



Les élections législatives marocaines de septembre 2002, premier scrutin organisé sous le règne de Mohammed VI, ont été l'objet de nombreuses espérances et conjectures de la part des observateurs comme des élites politiques marocaines. Au-delà de cet horizon d'attentes, fait de représentations multiples des évolutions du régime et concentré sur le face-à-face entre la monarchie et les partis politiques, quelles lectures proposer de ce scrutin ? Que nous apprennent les expériences multiples vécues au cours de la campagne, du vote et de ses lendemains ?

Cet ouvrage collectif renoue avec une sociologie électorale quelque peu délaissée ces dernières décennies dans le pays, où la dimension compétitive de l'élection reste soumise à caution. Les différentes contributions qui le composent mettent l'accent sur les logiques de représentation et de mobilisation qui traversent le moment électoral, en rendant compte de la pluralité des acteurs : ceux qui occupent le devant de la scène, comme ceux qui s'activent dans les coulisses. Faisant varier les échelles, elles s'intéressent à ce qui est donné à voir, à entendre, à espérer et aux mises en scène du politique. Elles en examinent les répertoires discursifs, gestuels, visuels, parfois musicaux.

Par delà les petits et les grands enjeux affichés, cet ouvrage espère ainsi éclairer, au prisme du moment électoral, les restructurations d'un ordre sociopolitique. Loin d'affirmer que « rien ne change » ou que l'épreuve des urnes est mystificatrice, il considère des transformations en pointillé de la représentation politique, des manières d'aller au peuple, de voter ou de s'abstenir. Il explore les luttes symboliques auxquelles se livrent les candidats pour définir l'excellence politique, pour délimiter les frontières de la notabilité et du militantisme. Il observe la reconfiguration des relations de clientèle et de proximité. En filigrane, une question se pose : l'un des enjeux fondamentaux des tribulations de la scène électorale marocaine ne serait-il pas d'étendre, pour les uns, et de retarder, pour les autres, l'exercice effectif du suffrage à des catégories jusque-là exclues de la représentation ?

Ont contribué à cet ouvrage : Mounia Bennani-Chraïbi, Myriam Catusse, Hsain Ilahiane, Rémy Leveau, Jean-Claude Santucci, Victoria Veguilla et Lamia Zaki.

Collection dirigée par Jean Copans



9

782845 865891

ISBN : 2-84586-589-9

## Les auteurs

Mounia Bennani-Chraïbi, professeur en sciences politiques à l'Institut d'études politiques et internationales de l'Université de Lausanne ;

Myriam Catusse, chercheur au CNRS en sciences politiques à l'Institut de recherches et d'études sur le monde arabe et musulman d'Aix-en-Provence ;

Hsain Ilahiane, professeur en anthropologie à Iowa State University, Ames, Iowa ;

Rémy Leveau, professeur émérite à l'Institut d'études politiques de Paris et conseiller scientifique à l'Institut français des relations internationales ;

Jean-Claude Santucci, chercheur au CNRS en sciences politiques, directeur-adjoint de l'Institut de recherches et d'études sur le monde arabe et musulman d'Aix-en-Provence ;

Victoria Veguilla, doctorante à l'Institut d'études politiques d'Aix-en-Provence et à l'Université de Grenade ;

Lamia Zaki, doctorante à l'Institut d'études politiques de Paris.

### Chapitre 3

#### Mobilisations électorales à Derb Soltan et à Hay Hassani (Casablanca)\*

Mounia Bennani-Chraïbi

Les mobilisations électorales constituent un analyseur privilégié des relations entre électeurs et élus. D'une part, ces quasi-rituels de la vie politique peuvent être observés, selon des approches anthropologiques et socio-historiques, comme une sorte de « fête collective »<sup>1</sup>, des « mises en scène dramaturgiques » (Braud, 1996, p. 88) qui contribuent à révéler les visions concurrentes du pouvoir, de la société, au travers de luttes symboliques. D'autre part, ils sont au croisement de logiques individuelles, organisationnelles, socio-économiques reflétant les enjeux et la configuration singulière d'une société à un moment de son histoire. Dans ce texte, je traiterai de la mobilisation électorale appréhendée en tant qu'activité éminemment sociale, donnant lieu à la réactivation de liens sociaux, de réseaux de significations, et d'« orientation passive ou active vers le marché politique » (Offerlé, 1985, p. 153). Plus précisément, c'est « l'ensemble des actions mises en œuvre pour

---

\* Cette enquête s'est réalisée dans d'excellentes conditions grâce à tous ceux qui m'ont aidée sur le terrain. Je tiens à les remercier profondément. En outre, l'écriture d'un texte peut être une riche occasion pour échanger et interagir. Toute ma gratitude va à Myriam Catusse, Dina El Khawaga, Jean-Noël Ferrié, Eberhart Kienle, Rémy Leveau, Michel Offerlé pour toutes les stimulations qu'ils m'ont apportées à différents moments de ma réflexion sur les élections. Les discussions que j'ai eues avec Hassan Rachik, notamment sur les étymologies et les équivalents (arabes et berbères) des termes de « fort du quartier », de « notable », ont été particulièrement passionnantes.

<sup>1</sup> À ce sujet, voir à titre comparatif les travaux de Rosanvallon (1992, 1998), Ihl (1996, 2000), Agullion (1979).

informer, propager des conceptions politiques, persuader des électeurs, et de tous les efforts menés par des acteurs individuels ou collectifs en compétition pour désigner le titulaire d'une fonction électorale [...]. En somme, faire campagne, c'est mobiliser des ressources de toutes natures : des ressources matérielles (le financement), humaines (les militants et bénévoles), organisationnelles (les forces politiques), idéologiques (les représentations), symboliques (les signes) ; tout cela pour mobiliser des électeurs, c'est-à-dire capter leur attention, susciter leur intérêt, éveiller ou réveiller leurs convictions pour former des préférences, c'est-à-dire surmonter leur possible indifférence » (Gerstlé, 2001, p. 133). Mon objectif consiste ainsi à saisir la campagne électorale à travers les candidats, les ressources humaines et matérielles, les mises en scène et les répertoires en me posant les questions suivantes : quelles sont les configurations possibles d'une campagne électorale urbaine dans le Maroc de septembre 2002 ? Existe-t-il une forte polarisation et différenciation dans la manière de mener une campagne, de désigner des candidats, de mobiliser des relais et des votes, d'investir et de se réapproprier des répertoires ? Ou bien faut-il considérer que l'ensemble des acteurs se meuvent et s'inscrivent dans un même champ et qu'ils sont de ce fait contraints de partager des répertoires et des pratiques, quitte à se les réapproprier ?

La stratégie qualitative de recherche que j'ai adoptée est orientée vers l'étude des cas, comme entités appréhendées dans leurs singularités et leurs profondeurs, plutôt que l'étude de variables à isoler et à opérationnaliser (Ragin, 1996). Les scènes que j'ai observées se déroulent à Casablanca et précisément dans deux localités : Hay Hassani, une zone dense de petits logements collectifs construits réglementairement dans les années cinquante, et Derb Soltan, un lieu d'habitat populaire à très forte concentration humaine, mais plus central, plus commerçant, plus ancien, plus vétuste, avec des antécédents en matière d'inondations. J'ai sélectionné quatre listes dans chacune des deux circonscriptions (Hay Hassani-Aïn Chok et El-Fida-Derb Soltan), notamment dans les lieux où rayonnent les associations Derb El-Miter Bouchentouf, Mickhat, Derb Jedid<sup>2</sup>, prenant en compte tantôt l'importance du parti, tantôt ce qui le distingue sur la scène politique marocaine. Les organisations choisies se différencient ainsi en termes de poids, d'ancienneté (nées sous le Protectorat, juste après l'Indépendance ou quelques mois avant les élections), mais aussi par une idéologie plus ou moins marquée (de gauche, d'extrême gauche, nationaliste, libérale, islamiste) ou par un voisinage encore récent et très net par rapport au *Makhzen*<sup>3</sup>. Pour chaque

<sup>2</sup> Trois des associations que j'observe depuis 1998 (Bennani-Chraïbi, 2003).

<sup>3</sup> Pour une définition du *Makhzen*, voir note en introduction.

liste, je me suis entretenue pendant la campagne avec l'un des candidats, avec un responsable de la campagne et avec un militant de base (lorsqu'il en existait). J'ai suivi au moins une tournée électorale, enregistrant les slogans et les chansonnettes, puis réalisant à la suite de petits entretiens avec les électeurs-spectateurs pour essayer d'avoir une idée sur l'impact de la campagne. J'ai également assisté à des meetings et à des réunions tenues dans des maisons. J'ai conçu trois grilles d'entretien avec des tranches communes. Sur la quarantaine d'heures d'enregistrement effectuées, l'arabe dialectal a été dominant. Les candidats islamistes ont répondu à mes questions en arabe littéral<sup>4</sup>. Quelques candidats ont utilisé spontanément le français<sup>5</sup>.

### Présentation des candidats et des partis

S'intéresser aux candidats consiste d'abord à délimiter les contours de la représentation politique tels qu'ils sont configurés socialement, historiquement et tels qu'ils sont négociés par les acteurs en présence (candidats, agents, élus), et ce à partir de différentes localisations et interactions. Il importe, d'une part, de s'interroger sur les conditions d'accès au champ électoral<sup>6</sup> (présence dans le champ social, anciens mandats électoraux, ou inscription dans une hiérarchie partisane locale ou nationale), en prêtant précisément attention aux modalités de l'investiture, définie en termes de « soutien officiel apporté par un parti ou un groupement politique à un candidat ou à une liste de candidats en vue d'une élection » (Masclet, 2001, p. 542). Il convient, d'autre part, d'observer les « luttes symboliques de définition de l'excellence politique » (Dulong, 1996 ; Offerlé, 1996) dans une phase d'intense décomposition/recomposition de la scène politique marocaine. Il me semble particulièrement intéressant de relever l'ajustement individuel et organisationnel d'une série d'acteurs (« islamistes », d'extrême-gauche

<sup>4</sup> Il est fréquent que les interviewés instruits et arabophones s'expriment en arabe littéral ou semi-littéral, assimilant l'entretien à une situation de production de discours similaire à celle qu'ils ont rencontrée ou qu'ils rencontrent dans le milieu scolaire et universitaire, dans les médias, au tribunal pour les avocats, voire dans l'enceinte du Parlement pour certains élus.

<sup>5</sup> Il s'agit notamment de Ali Belhaj d'Alliance des libertés (ADL), de Touria Tazi de Forces citoyennes (FC), et de Mohamed Chebaa candidat du Parti socialiste démocratique (PSD), qui sont plus longuement présentés ci-dessous. Le recours au français n'a rien d'exceptionnel dans les strates socio-culturelles auxquelles appartiennent ces candidats qui maîtrisent par ailleurs l'arabe. Il semble « naturel » dans une interaction avec une chercheuse marocaine supposée appartenir au « même milieu ».

<sup>6</sup> Voir la riche littérature qui existe à ce propos et notamment Garrigou (1992, 1998), Gaxie (1994, 1998), Lagroye (1994), Levêque (1996), Manin (1996), Offerlé (1996, 1999).

ou, à un autre niveau, « entrepreneurs ») à l'ouverture politique enclenchée pendant les dernières années du règne de Hassan II. Certains sont passés d'une vision avant-gardiste de l'action à une conception axée sur le travail de proximité, de la clandestinité à l'intégration d'un système électoral dessiné par le haut. D'autres ont tenté de convertir électoralement ce qu'ils ont engrangé sur d'autres scènes. À ce stade, les échelles du local et du global sont étroitement intriquées<sup>7</sup>.

Concernant les normes d'accès et la question de l'investiture, je souhaite montrer que les modalités de sélection et de classement des candidats sur une liste sont en relation avec la nature du parti (parti de militants, de cadres, etc.), son degré d'ancienneté et d'institutionnalisation, l'importance du nombre de ses militants, l'expérience qu'il a accumulée dans les activités électorales, comme elles peuvent renseigner sur la configuration des rapports de force en son sein. Dans le contexte créé par le nouveau découpage des circonscriptions et le passage au scrutin proportionnel au plus fort reste, les partis – qui ont été à un moment de leur histoire des organisations de masse et qui se sont distingués en septembre 2002 dans les lieux les plus stratégiques par un nombre de militants « candidats à la candidature » bien supérieur aux positions éligibles par circonscription – ont effectué un recrutement des candidats centralisé, fermé, voire professionnalisé<sup>8</sup>. La concurrence interne y était d'autant plus forte que le « capital collectif partisan »<sup>9</sup> était important et susceptible d'être amplifié par un accès au centre. Inversement, les partis aux faibles ressources militantes n'ont pas couvert toutes les circonscriptions<sup>10</sup> et ont été conduits à solliciter des personnalités sans carte d'adhésion au parti, mais dotées de capitaux individuels conséquents ; le recrutement y est plus ouvert et beaucoup moins spécialisé<sup>11</sup>.

<sup>7</sup> Ici, je rejoins Frédéric Sawicki (1992, p. 5) lorsqu'il attire l'attention sur la difficulté d'analyser les élections législatives en dissociant les niveaux national et local, ou en considérant que c'est le national qui impose sa logique au local.

<sup>8</sup> Les professionnels de la politique sont définis par Max Weber (1959) comme « des individus vivant de et pour la politique ». Pour une revue de la littérature sur les entrées en politique et la professionnalisation, voir Levêque (1994), Manin (1996), Offerlé (1996, 1999).

<sup>9</sup> D'après la réflexion de Michel Offerlé sur les partis politiques, le « capital collectif partisan » est constitué par les « ressources collectives » disponibles grâce au « passage par un parti » (1999, p. 45).

<sup>10</sup> Les 26 partis en concurrence ne se sont présentés tous ensemble que dans 7 des 91 circonscriptions (voir le texte de Myriam Catusse dans ce volume).

<sup>11</sup> Sur les partis politiques marocains, voir des ouvrages de référence : Rézette (1955), Ashford (1961a), Leveau (1985), Waterbury (1975). Pour une synthèse plus récente, consulter Santucci (2001).

### *Les candidats à « capital collectif partisan »*

Dans mon échantillon, les candidats qui disposent d'un capital collectif partisan, voire d'un « capital propre accumulé grâce [au parti] » (Offerlé, 2002, p. 48) appartiennent à trois organisations : l'Istiqlal, l'Union socialiste des forces populaires (USFP), et le Parti de la justice et du développement (PJD).

Le parti nationaliste de l'Istiqlal, né en 1944, possède des zones d'implantation historiques, et se distingue par sa capacité à mobiliser des engagements qui remontent à la résistance. Si à la veille de l'Indépendance, il a pu constituer un idéal-type du parti de masse<sup>12</sup>, dans le cas observé, il se rapproche plutôt des « partis de fidèles », « plus ouverts que les partis de cadres, mais plus fermés que les partis de masse » (Duverger, 1976, p. 128). Il participe aux consultations électorales depuis le début des années soixante et a souvent été représenté dans le Gouvernement. Son candidat à Aïn Chok-Hay Hassani est Mohamed Fahim, niveau baccalauréat, technicien de la Lydec (organisme gérant la distribution de l'eau à Casablanca) avant sa professionnalisation politique, conseiller communal depuis 1992, adjoint au secrétaire de section et membre du conseil national du parti depuis 1997, président de la commune de Aïn Chok depuis l'an 2000. Les autres candidats de la liste sont des « gens du coin », homme d'affaires, commerçant, fonctionnaire..., tous des militants présents dans les structures locales ou nationales du parti. Certains sont venus à l'Istiqlal *via* le syndicalisme et l'activisme étudiant.

L'USFP, issue de l'aile gauche de l'Istiqlal, suite aux scissions de 1959 puis de 1972, est à l'origine un parti de masse ou de militants, avec une orientation de départ « modernisatrice » visant « la mobilisation de tous les groupes sociaux contre les tenants de la tradition, et les adversaires (intérieurs ou extérieurs) du progrès économique et social » (d'après une catégorisation rappelée par Lagroye et *al.*, 2002, p. 252). Depuis 1998, date à laquelle Abderrahmane Youssefi, son secrétaire-général, a pris la tête du Gouvernement d'alternance « consensuelle », cette organisation commence à s'apparenter à un « parti de gouvernement » ; son capital collectif dépendant de plus en plus de son accès aux ressources publiques. Les têtes de listes de l'USFP ont une

<sup>12</sup> D'après Robert Rézette (1955, p. 303-306), à l'origine le parti nationaliste se présentait sous forme de parti de cadres. C'est au cours des années cinquante qu'il se transforme en parti de masse, riche en organisations annexes, disposant d'un financement à la fois capitaliste et populaire, et d'un nombre important d'adhérents (entre 80 000 et 100 000 en 1952, 2 millions selon Allal El-Fassi son leader). Il est intéressant de rappeler que l'auteur a souligné la nature à la fois confrérique et totalitaire de ce parti à ses débuts (Rézette, 1955, p. 283).

carrière militante et élective et leur sélection relève de décisions prises de manière centralisée, au plus haut niveau du parti, traduisant souvent les luttes internes et les « équilibres » entre les tendances officieuses et dominantes au sein de cette organisation. À El-Fida-Derb Soltan, où le parti a longtemps dominé, la tête de la liste a été confiée à Mohamed Mouhib, 54 ans, dont le père avait déjà des responsabilités au sein de la section du parti à Meknès. Lui-même a été socialisé à l'université, puis dans le cadre du syndicat national de l'éducation, dépendant de la Confédération démocratique du travail (syndicat annexe de l'USFP, créé en 1978). À partir de 1979, il a été détaché et s'est « professionnalisé » : responsable syndical, secrétaire régional du parti à Casablanca en 1979, membre du comité central du parti en 1984, de la commission administrative du parti en 1987, chef de cabinet de Abdelwahed Radi<sup>13</sup>. Parallèlement, il a obtenu des mandats électifs : président de la commune du Maarif à Casablanca en 1983, vice-président de la commune urbaine de 1983 à 1993, député de la circonscription El-Fida en 1993, président de la commune Mechouar de 1997 à 2002, député questeur du Parlement depuis 2002. Le second sur la liste, Abdelhadi Hilali, 45 ans, est également un ancien président de commune qui a intégré le parti par des relations familiales (son beau-père étant un ancien résistant sous le Protectorat) et qui a occupé des responsabilités au sein de l'USFP (membre du bureau de section en 1981, du secrétariat régional en 1987). Ainsi, l'un comme l'autre sont des militants de longue date, implantés à Derb Soltan qu'ils y soient nés et/ou qu'ils y aient effectué leur carrière politique. Dans la circonscription de Aïn Chok-Hay Hassani, la liste de l'USFP est présidée par Mohamed Karam, avocat, membre du bureau politique du parti depuis 2002, qui a connu de courtes détentions pendant les vagues de répression à l'encontre du parti en 1973, puis à la suite des émeutes de 1981. Lors des législatives de 1993, il a remporté les élections dans cette même circonscription contre un ancien premier ministre, leader d'un parti proche du Palais, et a été privé de sa victoire par l'intervention de l'Administration. Septembre 2002 devait sonner l'heure de la revanche ou du moins de la compensation. Assia Akasbi, seconde candidate sur la liste, est une militante réputée, psychologue, active dans le champ social, conseillère pendant dix ans dans l'une des communes de la circonscription. Malgré sa proximité avec le groupe Fidélité à la démocratie, qui s'est retiré du congrès de l'USFP en raison de profonds désaccords stratégiques, elle affirme avoir accepté d'être en seconde place sur la liste, alors même qu'elle se sentait en droit de revendiquer la tête de liste, parce qu'en tant que femme, elle ne pouvait se permettre l'inaction qui laisserait la place vide aux islamistes. Or cette contiguïté politique et

<sup>13</sup> Président du Parlement de 1997 à 2002.

familiale (ses frères sont dans le groupe Fidélité à la démocratie) qui la tient éloignée des clans influents au sein du parti tout comme sa féminité – aucune femme n'a été placée en tête des listes locales dans ce parti – l'ont sans doute discriminée au niveau du classement<sup>14</sup>.

Le Parti de la justice et du développement (PJD) est le nom donné en 1998 au Mouvement populaire constitutionnel démocratique (MPCD), une fois que cette coquille vide, dirigée depuis 1967 par le D' Khatib, un proche du Palais, a accueilli en son sein les islamistes issus du mouvement Réforme et unicité (Tozy, 1999a, chap. 8) ; ceci leur a permis d'être représentés au Parlement dès 1997. L'organisation peut être considérée comme une nouvelle formation du fait même de la totale refonte qu'elle a subie, aboutissant à la métamorphose de ce qui était une organisation proche du pouvoir, dotée d'une très faible tradition militante, à une structure regroupant des islamistes dont la carrière militante remonte souvent aux années soixante-dix. La principale « nouveauté » réside dans leur adoption de nouvelles stratégies d'action, axées sur « l'ouverture sur la société » et « l'intégration » du système politique sur la base de leur adhésion aux principes de monarchie constitutionnelle et de démocratie. C'est donc là un quasi-archétype à la fois de la figure des « reconvertis » et du « parti de militants » qui, « à défaut d'avoir accès aux ressources monétaires ou de pouvoir disposer de postes susceptibles de rémunérer des contributeurs permanents ou temporaires, une forte structuration et le développement d'une organisation militante, permet de disposer d'argent (cotisations et souscriptions) et du personnel indispensable pour l'accomplissement *permanent* des activités prosélytes » (Offerlé, 2002, p. 44). Le PJD s'est en effet distingué lors de cette échéance électorale par sa discipline. En dépit de la jeunesse de ses militants, le nombre des prétendants à la candidature est important. Comme dans le cas des grands partis, les modalités de désignation des candidats se fondent sur la consultation de la base : sont proposés huit noms pour quatre sièges. Mais la prise de décision se fait au niveau central par le secrétariat général. Quelques luttes internes ont pu s'exprimer, l'importance des aspirants ayant été bien supérieure au nombre des circonscriptions : et ce d'autant plus que le parti a décidé de ne présenter des listes que dans 56 circonscriptions sur 91, dans un souci d'autolimitation, mais aussi pour donner à voir la « force de frappe » du parti en ne s'investissant que dans les lieux où il bénéficie d'un fort ancrage. À El-Fida-Derb Soltan, l'une des circonscriptions où le PJD

<sup>14</sup> La citation suivante illustre bien sa situation : « La technique des listes avec ordre imposé aux électeurs permet d'ailleurs des manœuvres très astucieuses : il suffit de mettre en mauvais rang un candidat aimé des militants, mais mal vu des dirigeants, pour calmer les premiers et satisfaire les seconds. » (Duverger, 1976, p. 486.)

dispute efficacement l'hégémonie à l'USFP, la tête de liste a été confiée à Mustapha Ramid. La quarantaine bien avancée, député sortant, président du groupe parlementaire du PJD et l'un des tribuns s'étant distingué par ses offensives dans l'enceinte du Parlement, fondateur d'un journal proche des islamistes (*as-Sahwa*), il est diplômé de l'école de formation des Oulémas Dar al-hadith al-hassaniyya. Avocat, il est présent dans la plupart des procès d'opinion impliquant des islamistes (Tozy, 1999a, p. 123-127). Il compte parmi les interviewés qui affirment avoir été fortement sollicités. Mustapha Ramid explique qu'il n'a pas souhaité se présenter, car il a souffert de surmenage, qu'il s'est senti débordé par les demandes sans limites des citoyens, et que son bureau d'avocat a pâti de son engagement politique. Il dit toutefois s'être soumis aux demandes du parti, faisant passer l'intérêt de la collectivité avant ses propres préoccupations. Il a été désigné « à l'unanimité », suite aux différends exprimés à la base au sujet des autres candidatures. Le deuxième candidat sur la liste est Abdelwahab Raji, 39 ans, professeur de philosophie, secrétaire du bureau régional du parti, doctorant, socialisé dans le mouvement Réforme et unicité depuis son adolescence.

#### *Les candidats des organisations à faibles ressources militantes*

Dans les organisations politiques les plus jeunes ou les plus petites, la carrière militante au sein du parti n'est pas mise en avant, le recrutement est beaucoup plus ouvert. Le cas du Parti socialiste démocratique (PSD) est particulier dans le sens où celui-ci est né en 1997 d'une scission au sein de l'Organisation de l'action démocratique et populaire (OADP), issue du mouvement marxiste-léniniste des années soixante-dix et fondée en 1983. S'il est « génétiquement » un parti de militants, son rétrécissement, suite à la fragmentation d'une entreprise groupusculaire dès son origine, l'a conduit à adopter des stratégies de « parti de cadres », voire de gouvernement. Pour El-Fida-Derb Soltan, le parti n'a pas souffert des dissensions que pouvaient connaître les grandes organisations et a pu envisager de solliciter et de placer en tête de liste, bien avant un militant du parti, un personnage qui n'a pas fait de carrière politique. Les calculs d'ordre partisan ont été relégués à l'arrière-plan face à l'aura escomptée de Mohamed Chebaa, 67 ans, artiste-peintre, ancien détenu marxiste-léniniste des années soixante-dix, qui avait totalement disparu de la scène politique, mais qui s'était beaucoup investi dans le champ socioculturel notamment auprès des enfants, des malades, des artisans, du monde rural, prônant un art engagé qui « descend dans la rue ». Pour le parti, cette candidature aux législatives est le signe du renouvellement des élites par des personnes qui ont fait leurs preuves dans des temps difficiles, qui se sont investies dans l'action sociale, qui

sont censées ne pas être souillées par le discrédit qui a gagné la classe politique. Pour Mohamed Chebaa, c'est un

« signal fort que je donne aux autres : il faut cautionner la démocratie, c'est un moment-clé, il faut soutenir [le processus], parce qu'il s'agit du devenir de la démocratie, des libertés. [...] Pourquoi d'un point de vue progressiste me suis-je présenté ? Ce n'est pas pour faire de la politique politicienne, mais comme une extension [...] de l'ensemble de mes engagements précédents. [...] Il y a une ouverture, il est possible que quelqu'un comme moi s'investisse dans le processus électoral. »<sup>15</sup>

Ce signal se veut d'autant plus fort que le candidat a jusque-là boudé les urnes, « refusant de participer à la mascarade ». En outre, il dit avoir accepté de participer à cette expérience parce que l'opportunité lui a été offerte à un moment de sa vie où il avait « besoin de se passionner pour quelque chose ». Cette candidature se trouve ainsi au croisement d'une dynamique nationale – l'alternance et les espérances de consolidation – et d'un parcours individuel cristallisant un autre type de trajectoire connu par ceux qui ont milité dans le mouvement marxiste-léniniste, mais qui, après la vague de répression, ont investi d'autres champs d'action et d'engagement. Cela rejoint la thèse défendue ailleurs, à savoir qu'il existe dans un cycle de vie des formes d'engagement variables et différenciées dans le temps, qu'un acteur peut voir ses stratégies d'action se modifier en interaction avec le contexte, avec ses propres perceptions, mais aussi avec les modifications connues par les stratégies organisationnelles (Fillieule, Bennani-Chraïbi, 2003).

Les deux nouveaux partis présentés ci-dessous traduisent quant à eux la perception d'une opportunité pour une pensée libérale et/ou pour une catégorie d'acteurs qui se sont jusque-là tenus à l'écart de la scène électorale, voire du champ politique. Alliance des libertés (ADL) et Forces citoyennes (FC) aspirent à constituer un pôle de droite moderne et présentent le profil de partis de cadres dans la mesure où ils mettent l'accent sur la « qualité » de leurs membres, plutôt que sur leur quantité : « ampleur du prestige, habileté de la technique, importance de la fortune » (Duverger, 1976, p. 121). FC a été créé en 2002, six mois avant les élections, par Abderrahim Lahjouji, ancien président de la Confédération générale des entreprises du Maroc (CGEM), et qui a gagné en renommée depuis sa résistance pendant la campagne d'assainissement de 1996<sup>16</sup>. Même s'il cherche à éviter l'assimilation à un groupe d'intérêt patronal, ce parti, qui se veut le symbole de la mutation de la classe entrepreneuriale au Maroc, a pour objectif d'amener les entrepreneurs à s'investir sur la scène politique et à prendre en charge le développement

<sup>15</sup> Entretien, le 20 septembre 2002.

<sup>16</sup> Cet épisode a retenu l'attention des observateurs de la scène politique marocaine. Voir notamment Calusse (1999), Hibou (1995).



du pays ; un discours technocratique en écho avec la volonté affichée par le Palais de voir de nouvelles catégories socio-économiques s'impliquer dans la re-génération de la carte politique, de manière à « gérer le Maroc comme une entreprise » (Catusse, 2002a). Pour la tête de la liste d'El-Fida-Derb Soltan, le nouveau parti a sollicité Touria Tazi, 67 ans, ancienne sympathisante du parti communiste marocain, très active dans le champ de la bienfaisance, présidente du comité de Casablanca de la Ligue marocaine pour la protection de l'enfance, mais surtout épouse d'un entrepreneur possédant Richbond, un important groupe industriel. Karim Tazi, 42 ans, fils de la candidate, dirige le groupe familial, et considère l'entreprise comme un outil de développement social. Il a transformé la politique sociale du groupe, pour aller au-delà du caritatif et promouvoir la prise en charge des citoyens par eux-mêmes, cherchant à étendre la vision de l'entreprise à l'ensemble de la société. Convaincu que la nouvelle classe politique doit émerger à partir du tissu associatif foisonnant, il a soutenu plusieurs initiatives dans ce secteur<sup>17</sup>. C'est lui qui dirige la campagne de sa mère. Le deuxième sur la liste est un militant du nouveau parti. Dans ce cas sont valorisés, à travers les modalités de désignation de la tête de liste, la nouveauté, voire la « virginité » politique de la candidate, son action sociale, son passé de résistante et le fait qu'elle vienne de l'entreprise. C'est d'ailleurs Richbond qui a financé une campagne dont l'observation permet de classer FC dans cette circonscription en tant que « parti d'interimaires »<sup>18</sup>.

Dans un esprit assez proche, ADL est également né quelques mois avant les élections législatives de septembre 2002. Cependant, son fondateur n'est pas un nouveau venu sur la scène politique. Ali Belhaj, la quarantaine, homme d'affaires, est un acteur associatif reconnu sur les plans national et international. Ancien député, il est président de la commune semi-rurale de Dar Bouazza située dans la circonscription Aïn Chok-Hay Hassani où il a soutenu le développement de plusieurs associations. Dans les années quatre-vingt-dix, il s'était d'abord présenté avec des partis proches de l'Administration. Ensuite, il a été élu en 1997 sous l'étiquette du parti de gauche, le Parti du progrès et du socialisme (PPS). Selon lui, cette transhumance est liée à la difficulté qu'il a trouvée à se situer sur la carte politique existante. S'estimant profondément libéral, il a d'abord choisi un « parti de droite », pour se rendre compte ensuite qu'au Maroc la droite restait à créer. Considérant Dar Bouazza comme son fief électoral, il se présente en tête de liste dans la

<sup>17</sup> Entretien, le 17 juillet 2002.

<sup>18</sup> Celui-ci est caractérisé par « une structure très souple fonctionnant de manière épisodique, [...] l'essentiel de la campagne est confié à des agents rémunérés (consultants, sondages, experts) » (Offerlé, 2002, p. 41).

circonscription de Aïn Chok-Hay Hassani. Le deuxième candidat sur la liste, fonctionnaire dans la commune urbaine, âgé de 37 ans, préside depuis 1994 une association de quartier et soutient activement toutes les campagnes électorales menées par Ali Belhaj depuis 1997. Pendant la campagne, il met en avant sa qualité d'« enfant de la ruelle » (*weld ad-derb*). Il fait partie des fondateurs d'ADL, ainsi que les autres candidats qui se trouvent sur la liste et qui se prévalent également d'un ancrage dans les autres communes de la circonscription. La désignation des candidats s'est calquée sur les structures locales du parti naissant. Les critères de compétence, de participation à l'action associative et d'ancrage territorial auraient été fortement valorisés.

La dernière catégorie est représentée dans mon échantillon par le Parti national démocratique (PND), « ancien » parti administratif<sup>19</sup>, né en 1980, intéressant à observer pendant une phase où les autorités ont promis de se désengager. Il pourrait être défini de la même manière que les partis de « type archaïque et préhistorique » décrits par Maurice Duverger : « simples clientèles groupées autour d'un personnage influent » (1976, p. 46). Lorsque ses entrepreneurs politiques entrent en compétition, « c'est leur statut social qu'ils préservent, ou leur patrimoine économique qu'ils arrondissent grâce aux prébendes étatiques. Leur intérêt n'est pas strictement politique » (Offerlé, 2002, p. 23). Ce parti est en outre connu pour son recours à la corruption électorale. L'argent est un critère décisif pour la désignation même des candidats, qui appartiennent à la catégorie de la classe politique la plus nomade. L'investiture est souvent vendue au plus offrant. En tête de liste du PND, à Aïn Chok – Hay Hassani, se trouve Mohamed Zemrani, un promoteur immobilier, âgé de 55 ans, conseiller dans la commune de Hay Hassani, actif dans le secteur sportif local, et réputé pour être un homme ressource lorsqu'il s'agit d'obtenir un visa. Comme d'autres candidats, il cultive une clientèle dans les quartiers les plus déshérités de la commune. Il considère sa candidature aux législatives comme une étape logique dans sa carrière sociale et politique : « j'ai réussi dans le sport, dans l'arbitrage, dans la commune, je veux me lancer dans le Parlement »<sup>20</sup>.

Pour récapituler, la possession d'une carrière militante, voire de mandats électifs est indispensable pour les candidats des organisations qui ont une prétention de parti de militants. Pour les autres, « l'investiture ne

<sup>19</sup> Pour Mustapha Seimi, les partis administratifs ont entre autres pour caractéristiques « d'avoir bénéficié de l'aide ou, à tout le moins, du parrainage du Makhzen pour leur création ; celle de tenter de faire pièce aux partis issus du Mouvement national – sans beaucoup de succès d'ailleurs sinon... au stade de l'arithmétique parlementaire ; celle, enfin, de défendre un néo-libéralisme social » (1985, p. 31).

<sup>20</sup> Entretien, le 24 septembre 2002.

consacre pas nécessairement l'appartenance antérieure à un parti» (Masclat, 2001, p. 542) et seuls les capitaux individuels comptent, que les postulants aient une expérience élective ou non, qu'ils soient implantés localement ou non. Toutefois, les critères qui ont prévalu pour désigner les candidats ne se croisent pas nécessairement avec les caractéristiques du « bon candidat » mobilisées pendant la campagne, tant dans les entretiens, les réunions, les meetings que dans les interactions entre candidats et électeurs.

### *Les attributs publicisés par les candidats*

Dans une scène où les emblèmes se sont démultipliés, la définition de l'excellence politique a fait l'objet d'une lutte intense entre « anciens » acteurs et « nouveaux entrants »<sup>21</sup>. Le capital éducatif (instruction universitaire, compétence, expertise) est le répertoire qui a été mis en avant par presque tous les candidats observés, laissant entendre que sa possession est devenue une condition d'accès quasi-incontournable<sup>22</sup>. Alors que l'USFP et l'Istiqlal ont mis l'accent sur le réservoir de cadres expérimentés dont leur parti dispose, le PJD a veillé à projeter, à toute occasion et sur écran (l'usage de la technicité ayant pour fonction de conforter l'image de modernité du parti), des données statistiques sur le niveau d'études (70 % des candidats ont « au moins » la licence)<sup>23</sup> et les caractéristiques professionnelles des candidats du parti (parfois de manière comparée avec la moyenne nationale de l'ensemble des candidats). Le parti islamiste a systématiquement cherché à démontrer la surqualification des islamistes ; illustrant ainsi le « coûteux travail de légitimation » accompli en vue de prouver l'« honorabilité » du parti, la conformité de ses postulants au modèle légitime du « bon candidat » (selon les termes utilisés au sujet d'une autre situation par Lagroye et al., 2002, p. 257-260). Cette dimension est tellement forte qu'un militant du PJD qui aspire à faire carrière dans le parti intériorise l'idée qu'il doit pousser ses études universitaires le plus loin possible.

<sup>21</sup> Cette lutte pour la définition de l'excellence politique est analysée ici à partir des discours produits oralement par les candidats et leurs intermédiaires pendant la campagne ainsi que sur la base des écrits qui ont circulé.

<sup>22</sup> Au niveau national, 64 % des candidates, 47 % des candidats, et 58,8 % des candidats en tête de liste ont un niveau d'études universitaire (REMALED, 2003, p. 73-74). Dans des sociétés comparables au Maroc, la possession d'un capital scolaire tend à devenir primordiale pour accéder à un mandat électif. En Iran, il y a même eu une tentative de conditionner l'éligibilité à la possession d'un diplôme universitaire (Adelkhah, 1996, p. 3).

<sup>23</sup> La licence marocaine est un diplôme sanctionnant la fin du second cycle universitaire (baccalauréat + quatre ans d'études supérieures).

Les nouveaux partis libéraux de « droite » surenchérissement en essayant d'ériger « les pratiques dans lesquelles ils excellent (l'expertise économique) [...] leurs qualités singulières (leurs connaissances économiques) en normes tacites d'accès au champ du pouvoir politique »<sup>24</sup>. C'est un processus similaire que Fariba Adelkhah (1996, p. 16-19) note pour l'élite iranienne post-révolutionnaire : une « marchandisation de l'espace électoral » qui a favorisé l'intervention dans le jeu politique du monde des entreprises, accompagnée par l'imposition de la compétence comme qualité politique.

« Quand on pose Belhaj en tant que CV<sup>25</sup>, niveau culturel, valeur de la personne, capacité et audace à poser des projets, crédibilité [...]. Son CV nous honore et joue un rôle important. Quand les gens lisent le CV, ils te disent, c'est ce genre de personne qu'il nous faut. Certains lisent le CV et proposent spontanément leur aide. [...] Hier, on était au CIL [quartier résidentiel] chez un ami dont le beau-frère est le deuxième sur la liste de Kemmou<sup>26</sup>. Il est venu faire la campagne avec nous. Il a croisé son beau-frère qui l'a accablé de reproches. Mon ami lui a dit : c'est mon ami. L'autre lui a répliqué : je suis ton beau-frère. Et mon ami lui a rétorqué : tu nous aurais ramené une autre tête de liste que Kemmou, j'aurais été avec toi, je ne suis pas contre toi, mais contre Kemmou. »<sup>27</sup>

La question de la nécessité pour les candidats d'être instruits et pourvus d'une aptitude à siéger au Parlement, à discuter, à proposer des projets de loi (et non pas seulement à ronfler) a été lancinante au cours de cette campagne, marquée comme les précédentes par l'inflation des diplômés universitaires chômeurs<sup>28</sup> – dotés d'un savoir mais exclus du

<sup>24</sup> Les termes utilisés par Delphine Dulong dans son étude portant sur la conversion de la compétence économique en compétence politique sous la V<sup>e</sup> République peuvent être utilisés (1996, p. 124). Bien sûr, il ne s'agit pas pour autant de laisser entendre que le processus connu en France se répète tel que au Maroc.

<sup>25</sup> Durant l'entretien, l'interviewé utilise l'abréviation du terme « curriculum vitae ». Il assimile les affiches électorales à un « CV ». Il est vrai que celles-ci comportent différents attributs du candidat. Cependant, ce passage est particulièrement révélateur de l'incursion dans la scène électorale des critères usités pour évaluer un postulant à l'entrée dans le monde du travail.

<sup>26</sup> Il compte parmi les transhumants de la classe politique, qui changent régulièrement d'étiquette.

<sup>27</sup> Entretien avec le second candidat sur la liste ADL à Aïn Chok-Hay Hassani, le 23 septembre 2002.

<sup>28</sup> Il ne s'agit plus seulement de diplômés des filières littéraires ; les scientifiques sont depuis longtemps touchés. Mais on entend fréquemment des discours tenus plus ou moins publiquement par des acteurs du monde des entreprises, mais aussi par des hommes politiques, tendant à déprécier le savoir acquis dans des universités marocaines de masse. Les filières d'excellence localisées à l'étranger ou au Maroc (institutions publiques ou privées), dont l'accès n'est pas simplement conditionné par le mérite, sont considérées comme plus aptes à doter les étudiants de compétences adéquates au « monde du travail ». C'est une telle classification stigmatisante pour les diplômés des universités marocaines que remettent en cause des « jeunes » interviewés durant la campagne.

pouvoir – face à des « incompetents » qui trônent dans les lieux de décision. La prégnance de ce répertoire se mesure par le fait qu'il est utilisé y compris par des analphabètes. Même la femme en charge de la campagne de Mohamed Zemrani du PND a insisté là-dessus, en comparant ce dernier à son rival, un autre patron de Hay Hassani :

« C'est un illettré, il n'a pas étudié, il n'aurait même pas été capable de répondre à tes questions. »

Présente au cours de l'interview, elle observait en effet avec admiration son protégé/protecteur et ses yeux pétillaient à chacune de ses réponses, assimilant l'entretien à une évaluation scolaire.

Mais comme le reflète l'échange qui a eu lieu entre la candidate de Forces citoyennes et les jeunes qui ont voulu évaluer ses compétences, plusieurs acteurs affirment qu'il est impératif de combiner le capital éducatif avec l'engagement. En effet, pendant une réunion publique organisée par l'Association Derb El-Miter Bouchentouf (ADMB) à Derb Soltan, des diplômés ont interpellé Touria Tazi, et l'ont soumise à une sorte de test d'aptitude, en lui posant « une question à laquelle tout candidat doit pouvoir répondre » : « quelle est la différence entre un arrêté et un décret ? » La candidate, formée pendant le Protectorat en français, n'a pas reconnu le lexique arabe utilisé par ceux qu'elle a d'abord pris pour « des personnes payées pour perturber sa campagne ». Avant de développer son argumentaire mettant en parallèle la prière comme pilier de la religion et l'économie comme pilier du développement, circonscrivant ainsi le domaine de ses aptitudes, elle a répondu sur le terrain de l'engagement et du dévouement :

« Moi, j'ai vu le vendeur de menthe monter au Parlement. Ceux qui n'ont aucune culture sont montés. Le reste est sans importance si je ne défends pas le droit. »<sup>29</sup>

Mohamed Chebaa, l'artiste-peintre, le professeur, qui a souhaité faire une campagne « culturelle », « artistique », et « pédagogique » dans l'espoir de développer l'esprit critique et de renouer avec « la civilisation », n'a pas manqué de souligner quant à lui que parmi les candidats des partis suscités par l'Administration figuraient des cadres, et que la compétence sans le « patriotisme » était orpheline, soutenant que son dévouement avait d'autant plus de valeur qu'il n'était pas un « politicien professionnel ». Bien sûr, l'USFP, l'Istiqlal et le PJD ont fortement insisté sur leur capital militant. Ce dernier a été jusqu'à faire campagne autour du slogan : « engagement et don » (*iltizam wa 'ata'*). La disposition à l'altruisme en faveur du groupe est couplée avec l'exigence du parti dans le choix de ses candidats :

« Les hommes et les femmes passent par l'aiguille pour rentrer au PJD, ils n'achètent pas l'agrément (*tazkiyya*) avec des millions. Chez nous, le militant se fait prier pour accepter et il s'engage. »<sup>30</sup>

La formule « avoir été sollicité » est revenue dans les propos de Mustapha Ramid et de Bassima Hakkaoui du PJD, de Touria Tazi de Forces citoyennes et de Mohamed Chebaa du PSD. Chez les islamistes, ce rejet de la brigade, assimilée à une prétention personnelle<sup>31</sup>, se veut l'écho d'une culture « islamique » qui valorise l'humilité du guide, que l'on élit, choisit, ou sollicite et qui ne s'impose pas au groupe par son ambition ou par son goût pour le pouvoir. C'est d'une manière générale pour ces acteurs la marque du dévouement et du désintéressement reconnus au premier plan par les cercles qui les entourent, et qui les choisissent comme porte-parole.

Mais encore une fois, la nature de l'engagement varie. Il est militant (USFP, Istiqlal, PJD), voire religieux (PJD), pour les uns ; associatif, socioculturel pour d'autres (ADL, Forces citoyennes, PSD). Il se traduit par la « générosité » chez Mohamed Zemrani du PND. Tous revendiquent également un capital éthique (valeurs morales, valeurs liées à l'action comme l'audace) qui dans certains cas vient combler les carences idéologiques. Même Mohamed Zemrani cherche à se distinguer de celui qu'il considère comme son principal rival, candidat d'un autre parti suscité par l'Administration, en disant que lui au moins ne vole pas et ne détourne pas les biens publics. En réalité, ils sont tous deux considérés comme corrompus et malhonnêtes par leurs adversaires des partis qui se jugent « démocratiques ». On assiste ainsi à une lutte de définition autour du véritable engagement. Militantisme partisan, investissement associatif, action caritative introduisent des démarcations, voire des oppositions à plusieurs niveaux : « militants » contre « notables »<sup>32</sup> ; partis militants (voire partis de cadres) contre « anciens »

<sup>30</sup> Extrait du discours de Bassima Hakkaoui, tête de la liste nationale du PJD, lors du meeting qui a eu lieu au Maarif, le 21 septembre 2002.

<sup>31</sup> Pierre Rosanvallon rappelle que la brigade était punie pendant la République romaine et que, jusqu'en 1797, il n'y avait pas de candidature organisée en France ; car durant la période révolutionnaire, celle-ci était perçue comme une menace à l'idée égalitaire (1998, p. 58).

<sup>32</sup> Je tiens à souligner que j'utilise ce terme, faute d'en avoir trouvé un autre, pour désigner les personnalités plus ou moins saillantes, qui ont du poids et du pouvoir localement du fait de leurs attributs sociaux et de leur comportement avec la population (El Maoula El Iraki, 2003, p. 12). Dans la société urbaine précoloniale et coloniale, ces personnages sont désignés par le terme arabe de *a'yan*, pluriel de *'ayn* (œil). Ils sont appelés en tamazight *akhatar* (étymologiquement « le grand ») au Moyen-Atlas, *aneftus* (étymologiquement « de bon augure ») dans le Haut-Atlas (Hammoudi, 1974 ; Hart, 1984 ; Montagne, 1930 ; Rachik, 2000). Toutefois, je n'ai jamais entendu un équivalent linguistique convaincant au cours des entretiens que je réalise régulièrement à Casablanca depuis 1997. Il y a des mots

<sup>29</sup> Entretien, le 22 septembre 2002.

partis administratifs (intermédiaires locaux); acteurs aguerris contre nouveaux entrants; « politiciens professionnels » *versus* « citoyens dévoués »; « verbalisme » *versus* « générosité ». Le champ associatif, très pluriel, apparaît subrepticement tantôt comme un marchepied, tantôt comme un lieu de gestation et de négociation de l'excellence politique, mais en tout cas comme un réservoir potentiel d'ambitions politiques.

D'autres critères interviennent dans cette arène de la définition du « bon candidat », mais de manière secondaire. Le PJD et ADL soulignent la jeunesse de leurs candidats, un trait jugé valorisant depuis que la question des jeunes a été constituée comme problème politique et que Hassan II a invité au rajeunissement de la classe politique dans les années quatre-vingt-dix.

Inversement, le second trait, plus élitaire, se rapporte à une qualification sociale par la fortune et puise ses images dans le langage de la « politique du ventre »<sup>33</sup>. Il met en miroir deux types d'acteurs : ceux qui échangent les voix contre de l'argent d'une part, et ceux qui tentent de les contrecarrer, tout en étant dépourvus de ressources idéologiques, d'autre part. Cette seconde voie a été inaugurée par Ali Belhaj à Dar Bouazza, lors des précédentes échéances, et suivie par Touria Tazi. La candidate de Forces citoyennes est présentée comme une nantie, prospère, rassasiée, qui n'a pas besoin de l'argent du Parlement, et qui de ce fait ne volera pas le peuple. Si elle y rentre, c'est pour donner et non pour prendre : « Mon ventre est fermé. J'ai pitié du peuple ». Une revendication censitaire est clairement énoncée : « Le Parlement pour les riches », « Ne laissons pas les gens affamés d'argent prendre notre sort en main », « Ils picorent comme les pigeons puis s'envolent », « Si quelqu'un rentre dans le Parlement, c'est qu'il est aisé, et qu'il a de quoi »<sup>34</sup>. Cette dimension individuelle est étendue à une catégorie sociale,

pour nommer les bienfaiteurs (*muhisinin*, pluriel de *muhisin*) – qui en principe s'acquittent d'actions charitables dans la discrétion –, l'homme de bien (*rajel mezzian*) – qualification qui reste plutôt de l'ordre de l'éthique –, le généreux (*galbu kbir*, mot pour mot : « son cœur est grand »). Il existe de nombreuses périphrases pour signifier qu'une personne aide les autres (*tay wegaf m'a an-nass*, « il se tient debout avec les gens », *tay l'avven m'a an-nass*, « il s'entraide avec les gens »). Et le mot qui revient le plus souvent, y compris pour caractériser quelqu'un comme Zemrani, est *cha'bi* (populaire). Autrement dit, même pour qualifier les personnes bénéficiant d'un poids social, c'est le registre de la proximité qui l'emporte sur celui de la hiérarchie. La notoriété revêt alors les habits de la popularité.

<sup>33</sup> C'est le sous-titre donné par Jean-François Bayart à son ouvrage *L'État en Afrique*. L'auteur explique en avant-propos que « le terme de "manger" [...] désigne des envies et des pratiques autres qu'alimentaires. Avant tout, les activités d'accumulation qui ouvrent la voie à l'ascension sociale [...]. En définitive, la "politique du ventre" est un phénomène social total » (1989, p. 12).

<sup>34</sup> Entretien individuel avec Touria Tazi, le 25 septembre 2002. Cette revendication de type aristocratique et censitaire est très proche de ce que certains auteurs ont décrit

« la bourgeoisie nationale », qui s'intéresse à ceux d'en bas, qui décide de se « mobiliser » et qui se distingue de la bourgeoisie du « Maroc off-shore », ignorante du « Maroc in-shore » :

« Le Maroc était dominé par les féodaux. Les bourgeois avaient trop peur. Ils n'étaient ni dans le Gouvernement, ni dans les partis. Maintenant que les choses ont changé, la bourgeoisie est prête à prendre un peu la relève. Elle veut montrer ses capacités. Comme je fais partie de ces gens en tant que finance, pas en tant qu'idée, je me suis rangée dans ce parti ne serait-ce que pour les intéresser. »<sup>35</sup>

Face à Mohamed Zemrani, tout de blanc vêtu, chemise entrouverte, cheveux mi-longs, bague à l'auriculaire, qui n'hésite pas à s'enorgueillir d'actes frauduleux attestant de sa ruse<sup>36</sup>, Ali Belhaj et Touria Tazi s'inscrivent clairement dans le registre de la notabilité enracinée, citoyenne et respectueuse du droit. Tout dans la campagne de la candidate de Forces citoyennes tend à représenter une femme ancrée dans la langue arabe dialectale, dans la civilité urbaine, dans le répertoire des « gens de bien » (*dar al-khir*), cherchant à renouer avec la tradition de la notabilité qui assume son rôle auprès des humbles. Le champ sémantique de la réputation (*sum'a*), de la confiance (*tika*), de la notoriété « elle n'a pas besoin d'être présentée » (comparable à celui que l'on utilise lorsqu'il s'agit de nouer un mariage) est dominant. Comme si ces élites urbaines, qui auraient dans le passé joué leur rôle de médiation auprès du peuple, avaient ensuite été privées d'une position politique du fait de l'hypertrophie du pouvoir royal et que, depuis la libéralisation du régime, elles sont enfin autorisées à redevenir les véritables représentants du peuple.

La dernière caractéristique fait l'objet d'un traitement particulièrement différencié : la nouveauté ou l'ancienneté politique. Le clivage est tout simple puisqu'il sépare les partis issus du Mouvement national qui se targuent d'une « expérience », d'un « enracinement historique », des partis comme ADL et Forces citoyennes qui appellent au renouvellement de la classe politique, Touria Tazi allant jusqu'à déclamer que « le nouveau balai balaye mieux que l'ancien ».

concernant la France du XIX<sup>e</sup> siècle : Garrigou (1992), Manin (1996), Offerlé (1985), Rosanvallon (1998).

<sup>35</sup> Entretien individuel avec Touria Tazi, le 25 septembre 2002.

<sup>36</sup> Il était entre autres très fier de m'apprendre qu'il a commencé la campagne six mois plus tôt que la date officielle en se servant du parti.

Tableau 1: Caractéristiques du « bon candidat » dans les circonscriptions étudiées

	Militantisme	Dévouement et action sociale	Capital éducatif	Technocratie (expertise entrepreneuriale)	Jeunesse	Richesse	Nouveauté	Ancienneté
Anciens USFP	X		X					X
Istiqlal	X		X					X
Refonte PJD	X	X	X		X		(X)	
PSD	X	X	X					
PND		X				X		
Nouveaux ADL		X	X	X	X	X	X	
FC		X	X	X		X	X	

Pour conclure ce point, il apparaît clairement que les acteurs tentent en fonction de leurs ressources d'imposer les critères les plus légitimes pour représenter les citoyens, « il est toujours question [...] de ses propres propriétés sociales et de la dénonciation de celles des hommes politiques installés », notamment dans les moments de crise politique « durant lesquels le changement de personnel politique s'accompagne bien évidemment d'un réajustement (momentané ou durable) des propriétés du personnel politique et de sa légitimation » (Offerlé, 1999, p. 25). C'est ainsi que dans l'échantillon observé, militantisme, ancienneté, avancement dans l'âge ont tendance à être remis en cause par de « nouveaux » entrants valorisant nouveauté et « action sociale », en focalisant tantôt sur leur jeunesse et leur instruction, tantôt sur leur fortune et/ou leur expertise économique. Ce n'est pas une simple opposition entre notables et militants. On assiste plus profondément à une concurrence entre militantismes (partisan, associatif...), entre « notabilités » (bourgeoisie économique, bourgeoisie culturelle, intermédiaires locaux), entre les uns et les autres, laissant entrevoir en cette phase de décomposition/recomposition de la scène partisane l'expérimentation de plusieurs types d'accès au champ politique. Le PJD propose, quant à lui, une combinaison gagnante cumulative plus que substitutive : militantisme et action sociale, compétence, jeunesse et nouveauté. En mettant en avant des jeunes diplômés, « engagés », visiblement issus du peuple, il s'érige en contre-élite qui, par la nature de son recrutement, constitue une réponse aux discriminations dont souffre la société marocaine et régénère par là même l'esprit du militantisme<sup>37</sup>. Ces premières distinctions trouvent un prolongement au niveau des ressources humaines et matérielles dont disposent les partis et les candidats.

#### Ressources matérielles et humaines de la campagne

Il importe en premier lieu de signaler la spécificité de cette campagne de septembre 2002. Pour la première fois dans l'histoire électorale marocaine, le mode de scrutin, jusque-là uninominal majoritaire à un tour, est devenu un scrutin de liste proportionnel au plus fort reste et les circonscriptions électorales ont été retaillées et agrandies de manière à favoriser les programmes politiques et à barrer la route à l'achat des voix. Dans le même esprit, un bulletin unique et des symboles, plutôt que des couleurs, ont été introduits. Ceux qui ont l'habitude de se

<sup>37</sup> D'après Daniel Gaxie, « la probabilité d'exercer un pouvoir politique (quel qu'il soit) s'accroît avec la position dans la hiérarchie » (1980, p. 56). Sandrine Levêque rappelle cependant que l'entrée en politique, qui doit « s'analyser comme un processus collectif », peut consacrer des groupes qui, au bénéfice d'une conjoncture particulière, se professionnalisent politiquement, fût-ce de manière temporaire (1996, p. 174).

flatter de prévoir les résultats ont avoué leurs incertitudes et n'ont pas prêté grand crédit aux sondages publiés (une autre première). Ces changements ont produit une série de difficultés que tous les protagonistes ont tenté de contourner et ont nécessité le déploiement d'efforts et de ressources considérables. Relayés par les médias qui ont largement diffusé des spots pour expliquer les particularités de ce scrutin, les candidats devaient s'assurer que les électeurs – et notamment ceux qui n'ont pas été alphabétisés – sauraient voter et reconnaître le symbole de leur parti. Les acteurs de la campagne ont dû réviser et adapter leurs techniques d'approche des électeurs. Même les candidats et les directeurs de campagne des plus grands partis ont témoigné de leur embarras notamment à couvrir l'ensemble de la surface de leur circonscription, ainsi que de la dispersion des énergies que cela impliquait. Insuffisance des capacités humaines et de structuration des partis, faiblesse des moyens financiers sont les principaux maux évoqués. Abstraction faite de la participation de l'État au financement de la campagne<sup>38</sup>, les candidats se distinguent-ils fondamentalement par leurs capitaux respectifs et par la nature de la rémunération qu'ils offrent à leurs agents ?

Sur la scène électorale observée en septembre 2002, les capitaux en circulation sont de quatre types : capitaux collectifs militants, capitaux personnels de notoriété, mandats publics, ressources matérielles personnelles et publiques, pour reprendre les catégories proposées par Michel Offerlé, (1985, p. 165). Les agents électoraux sont des militants/sympathisants, des clients, des agents indemnisés ou rémunérés (distinction sur laquelle je reviendrai). La rémunération est tantôt symbolique, tantôt matérielle. Si l'on considère que le type de capitaux possédés par une entreprise politique détermine la nature de ses agents et de ses modes de rémunération, encore une fois, la distinction principale qui émerge dans l'échantillon étudié est le fait de disposer ou non d'un capital collectif militant ; les autres ressources ne constituant en aucun cas le monopole d'un type d'entreprise en particulier.

<sup>38</sup> L'État verse une somme en deux tranches en fonction du nombre de voix recueillies et des sièges emportés ; ce qui favorise bien sûr les grands partis.

Tableau 2 : « Capitaux et agents électoraux des entrepreneurs politiques selon le type d'entreprise »<sup>39</sup> dans les circonscriptions étudiées

Type d'entreprise	Capitaux	Agents électoraux	Type de rémunération	Couverture de la circonscription
Militante (PJD)	- Capital collectif militant - Mandats publics - Capital personnel de notoriété - Ressources matérielles personnelles	Militants Sympathisants	Symbolique	Totale et imposante
Militante → De gouvernement (USEP)	- Capital collectif militant - Mandats publics - Capital personnel de notoriété - Ressources matérielles personnelles et publiques	Militants Sympathisants (frais indemnisés à Hay Hassani)	Symbolique (très accessoirement matérielle)	Totale
Militante → De fidèles → De gouvernement (Istiqlal)	- Capital collectif militant - Mandats publics - Capital personnel de notoriété - Ressources matérielles personnelles et publiques	Militants Sympathisants Agents rémunérés	Symbolique Matérielle	Totale

<sup>39</sup> Je réapproprie ici pour mon usage le tableau élaboré par Michel Offerlé (1985, p. 165) à partir de l'observation des entreprises politiques dans la France de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle.

Tableau 2 (suite)

Type d'entreprise	Capitiaux	Agents électoraux	Type de rémunération	Couverture de la circonscription
De cadres (ADL) Ancien parti administratif (PND)	- Mandats publics - Capital personnel de notoriété - Ressources matérielles personnelles et publiques	Clients Agents rémunérés	Matérielle Symbolique	Ciblée (et dans le cas du PND massive)
D'intérimaires (FC)	- Capital personnel de notoriété - Ressources matérielles personnelles	Agents rémunérés Clients	Matérielle Symbolique	Totale et imposante

Les variations d'intensité dans le recours privilégié à un type d'agent ou à un mode de rémunération sont principalement en relation avec la densité du capital le plus prépondérant (en gras dans le tableau 2). À nouveau, dans l'échelle du militantisme, le PJD se distingue puisque son capital collectif militant est suffisamment abondant pour permettre une couverture globale et impressionnante de la circonscription. Ses candidats et ses militants vont jusqu'à investir leurs ressources personnelles propres, non pour rémunérer des agents, mais pour contribuer aux frais généraux de la campagne. Certes, l'USFP dispose d'un capital militant dans les deux circonscriptions, mais celui-ci n'est pas assez mobilisé pour susciter des effets visuels comparables à ceux produits par les islamistes au cours des tournées électorales. Dans le cas de l'Istiqlal, le capital militant, trop faible, est compensé par l'investissement des ressources notamment personnelles de la tête de liste pour rémunérer des agents. Le candidat du PSD se retrouve dans le même cas de figure, sauf qu'il ne parvient à couvrir qu'une toute petite partie de sa circonscription.

Il convient par ailleurs de souligner que les grandes entreprises à dominante militante ont été soutenues par leurs cadres, leurs structures partisans, nationales, régionales et locales pour concevoir la campagne et veiller à son organisation. Outre la présence d'un directeur de campagne, une coordination nationale a été en général assurée selon un découpage par zone, commune et unité. Pourtant, malgré une couverture d'ensemble, les grands partis ont parfois ciblé des catégories et des territoires en particulier. Les islamistes se sont davantage investis dans les quartiers populaires, par opposition aux « zones de l'indifférence » assimilées à celles des classes sociales privilégiées. Pendant les réunions, ils ont opté pour les catégories de personnes en mesure de débattre. Dans la circonscription de Aïn Chok-Hay Hassani, tout en couvrant l'ensemble du territoire, les militants de l'USFP ont préféré accentuer leurs efforts dans les zones les plus denses et les plus déshéritées, les fiefs des candidats qui font circuler l'argent, plutôt que dans les quartiers des couches moyennes qui leur semblaient davantage réceptives à leur message. À Hay Hassani comme à El-Fida-Derb Soltan, considéré comme un bastion de la gauche depuis les événements de 1965 et les émeutes de 1981, ils ont préféré dialoguer avec les lycéens, les étudiants, les enseignants et tous ceux qui « ont la capacité de digérer le programme du parti, son histoire, ses réalisations ». Les Istiqlaliens ont estimé quant à eux avoir un message pour chacune des catégories de la population, découpées de la manière suivante : jeunes, femmes, ouvriers, commerçants.

Pour les autres partis de cadres, d'intérimaires ou anciens partis administratifs, le capital dominant est constitué par des ressources matérielles personnelles, relayées par un capital personnel de notoriété de

nature variable. Et c'est l'importance de ces moyens qui permet de couvrir une partie (ADL, PND) ou l'ensemble de la circonscription (FC), de manière discrète (ADL) ou imposante (FC, PND). Le cas de Touria Tazi (FC) mérite une attention particulière. Celle-ci inaugure un style de campagne à l'américaine, adapté à « l'arrivée d'un *homo novus* qui fabriquera sa notoriété par une stratégie de communication adaptée au *surfacing*, faire surface sur un nouveau marché » (Gerstlé, 2001, p. 137). En dépit de son appartenance à un parti nouveau, aux faibles ressources humaines et financières, la candidate a pu mener campagne en couvrant toute la circonscription. Cela a été possible grâce au considérable apport consenti par l'entreprise familiale, qui a rémunéré une coordinatrice, formée dans la communication, habituée à faire la publicité de produits bancaires ou de consommation, pour concevoir une stratégie marketing. De plus, une entreprise de communication a été chargée de diffuser les imprimés de la candidate dans l'ensemble de la circonscription. Les autres agents ont davantage ciblé les zones d'appui (par exemple les lieux de résidence des ouvriers de Richbond). Un effort a été engagé dans la production de supports et d'imprimés variables selon les catégories les plus importantes dégagées par les statistiques concernant la circonscription : femmes (souvent analphabètes), famille (*via* les enfants), jeunes, commerçants.

Les partis, beaucoup plus limités au niveau des ressources, ont dû recentrer leurs efforts sur quelques zones et sur les catégories de l'électorat qui leur apparaissent les plus favorables. Le candidat du PND a intensifié ses efforts dans la commune où il réside et où il est conseiller, en s'appuyant sur une masse d'intermédiaires salariés, femmes et jeunes diplômés au chômage. En outre, il a principalement ciblé un électorat présentant le même profil que ses agents dans les zones les plus déshéritées, délaissant un peu « le genre des villas du CIL [qui] ne votent pas »<sup>40</sup>. À Hay Hassani, le deuxième candidat sur la liste d'ADL a renoncé à tout couvrir pour se concentrer sur les sites qu'il considérait fertiles, et plus précisément sur les jeunes, « les gens cultivés, réellement conscients », et les femmes (*via* son réseau familial, associatif, amical). À El-Fida-Derb Soltan, Mohamed Chebaa, l'artiste-peintre (PSD), a opté pour une formule originale : les cercles intellectuels et artistiques de discussion dans un café loué à un proche du deuxième candidat sur la liste. Il a cherché à toucher les artistes, les artisans et les jeunes.

Ainsi, au niveau des ressources déployées, de l'organisation de la campagne, des lieux et des catégories d'électeurs ciblés, la principale distinction réside bien dans le fait de posséder ou non un capital collectif

<sup>40</sup> Le CIL est un quartier résidentiel dépendant de la circonscription de Aïn Choq-Hay Hassani.

militant conséquent (USFP, PJD, et dans une moindre mesure l'Istiqlal), des ressources matérielles propres pouvant compenser l'absence de ressources militantes et une faible popularité. Il apparaît notamment que tous les acteurs pouvant prétendre à la possession d'un capital de notoriété personnelle ont été conduits à faire des dépenses coûteuses, leur éminence préalable étant bien insuffisante dans l'état actuel du marché<sup>41</sup>. Ceci m'amène à formuler une hypothèse, à savoir que dans les zones urbaines observées, avec le mode de scrutin et de découpage en vigueur, il n'existe pas de notables suffisamment « saillants » pour être élus juste pour ce qu'ils sont « en vertu d'une vocation attestée par leur passé et leur situation »<sup>42</sup>; soit parce qu'ils sont trop nombreux à se disputer l'hégémonie sur un même territoire, soit parce que leur puissance sociale demeure bien déficiente. D'ailleurs, la prépondérance dans leur campagne d'agents rémunérés ou indemnisés témoigne de la prééminence du matériel sur le symbolique en matière de rétribution qu'ils sont susceptibles d'offrir. Encore que ce point mérite réflexion, tant il est entouré de flou et de malaise.

En effet, des partis comme le PJD, voire l'USFP, notamment à Derb Soltan, ont tendance à s'enorgueillir du poids de leurs militants qui leur économise l'argent dépensé par les autres dans la rémunération des agents électoraux. Cependant, d'autres trouvent « normal » d'indemniser des sympathisants (la seconde candidate sur la liste de l'USFP à Hay Hassani) ou des clients (FC) pour leurs frais de bouche, cigarettes, transports, etc. À l'Istiqlal, on « avoue » que l'état du marché électoral impose la « rémunération » des agents et fixe même le montant de celle-ci. À FC, on distingue, d'une part, les « indemnisés », des clients ou des ouvriers qui soutiennent la candidate mais que la « correction » impose de dédommager pour leurs frais et pour les heures supplémentaires consenties et, d'autre part, les « agents rémunérés » qui sont recrutés dans les locaux loués pour l'occasion et qui n'ont aucun lien avec la candidate ou le parti. La confusion ou le malaise ont été perçus dans deux cas. Les intermédiaires féminines du PND (mais pas les agents de base de ce parti) ne reconnaissent pas toujours percevoir des indemnités. Pour prouver leur attachement (de type clientéliste) au candidat, elles prétendent même payer les taxis de leur poche. Le second candidat sur la liste d'ADL est offusqué lorsque la direction du parti décide, pendant la dernière phase de la campagne, de renforcer l'équipe, constituée de membres du parti et de

<sup>41</sup> D'après Bernard Manin, la campagne électorale a notamment été instituée pour « contrecarrer l'avantage que la procédure électorale, prise en elle-même, confère à cette forme particulière de l'éminence que constitue la notabilité » (1996, p. 184).

<sup>42</sup> Dans son approche socio-historique de l'apprentissage du vote en France, Alain Garrigou caractérise en ces termes les modalités de l'élection des notables par opposition à celles des « militants » (1992, p. 213).



leurs clients, par des agents rémunérés. C'est que dans un cas comme dans l'autre, la rétribution d'une transaction unique par de l'argent sonnante est perçue comme une négation du dévouement, elle est même associée à la corruption. Cette question impose de se pencher avec plus de précision sur le profil des agents de la mobilisation électorale ainsi que sur la nature de leur relation avec les candidats et les partis dont ils relèvent.

#### *Les agents de la mobilisation électorale*

La mobilisation électorale se produit tantôt dans un cadre anonyme, tantôt à partir de liens préexistants inscrits dans des espaces sociaux. Dans le second cas, des « personnages-ponts » (Mische, 1994, p. 21), au rôle stratégique, mobilisent leurs appartenances multiples, opèrent la jonction entre les sous-groupes et les échelles<sup>43</sup>. Ces acteurs méritent un intérêt particulier dans la mesure où ils constituent des « sous-élites de citoyens », « relais [...] du marchandage électoral » (Rouquié, 1978, p. 98). Dans son *Tableau politique de la France de l'ouest sous la III<sup>e</sup> République*, André Siegfried a distingué deux systèmes électoraux dans les plaines. Alors que le premier se fonde sur un passage obligé par les « autorités sociales », dans le second, « on va au peuple directement et par-dessus leur tête ; on ne se réclame pas de la hiérarchie mais de l'égalité » (Siegfried, 1980, p. 320-321). Dans les lieux observés, aucun candidat, quelles que soient ses ressources, ne fait l'impasse d'aller à la rencontre du peuple à travers des tournées électorales, du porte-à-porte, des réunions privées ou publiques sur lesquels je reviendrai. À ce niveau, il s'agit de continuer à s'interroger sur les modalités de production des votes, en essayant de déterminer cette fois par quels types d'intermédiations on va au peuple. Est-ce qu'on y va du sommet de la hiérarchie, à partir de relations verticales ? Cela supposerait l'existence d'une société hiérarchisée et il faudrait alors se demander quelles sont les autorités sociales dans les zones urbaines populaires du Maroc d'aujourd'hui. Ou bien y va-t-on au nom de l'égalité, sur la base de liens horizontaux, privilégiant l'intérêt individuel ou collectif ? Et, dans ce cas, on présumerait un affaiblissement des emprises sociales et politiques.

Je vais en premier lieu circonscrire la nature des relations qui existent entre le candidat et « ses » agents. Ensuite, je m'interrogerai sur ce qui fonde le poids social des intermédiaires les plus influents. Enfin, je prêterai attention aux acteurs qui, sans soutenir un candidat ou un parti en

<sup>43</sup> Pour une approche socio-historique des agents électoraux, voir notamment Garrigou (1992), Huard (1985, p. 144-145 ; 1991, p. 285), Ihl (2000, p. 16), Offerlé (1985, p. 165). Pour des cas latino-américains très intéressants : Auyero (2000), Goirand (1998, 2000).

particulier, jouent également un rôle public pendant la campagne, mais cette fois dans le registre de la sensibilisation. Différents types de relations peuvent exister entre le candidat et ses relais. Celles-ci sont verticales (clientélistes) ou horizontales (militantes, associatives, fondées sur la proximité familiale, sur le voisinage). Elles s'appuient sur des offres de biens abstraits ou matériels, inscrites dans la durée ou limitées à une transaction unique, mais de toutes les façons structurées par le « marché »<sup>44</sup>. Si des candidats et des partis puisent de manière privilégiée dans certains cercles plutôt que dans d'autres, il n'en apparaît pas moins que les réseaux de relations investis sont pluriels. En outre, une réflexion s'impose sur les frontières parfois ténues entre proximité, clientélisme, et corruption.

Les relations entre agents et candidats sont, en principe, essentiellement de nature horizontale dans les partis à caractère plus ou moins militant : le PJD, l'USFP, l'Istiqlal, voire le PSD. Les militants actifs et les sympathisants dont la gratification est symbolique constituent les éléments moteurs de la campagne tant au niveau de l'organisation et de l'encadrement que dans l'alimentation des cortèges, dans la distribution des imprimés et dans la participation aux meetings. Leur profil socioprofessionnel et leur âge reflètent la structure des militants de base en activité<sup>45</sup>. À Hay Hassani et à Derb Soltan, les agents de la campagne de l'USFP se recrutent essentiellement parmi les enseignants, les étudiants, les jeunes, les ouvriers, mais aussi les cadres et les avocats. Si les femmes sont présentes, les hommes dominent. Par contre, la structure des âges est équilibrée. À Hay Hassani, les quadras constituaient la classe d'âge prépondérante au niveau de l'encadrement, mais on trouvait aussi un septuagénaire dont l'engagement remontait à la résistance et des étudiants qui ont intégré la jeunesse de l'USFP à la fin des années quatre-vingt-dix. Les militants participent à la campagne qui se déroule dans leur circonscription résidentielle, voire professionnelle, selon un découpage qui correspond souvent aux structures locales du parti. Toutefois, la dynamique de la mobilisation peut également se fonder sur un autre type de proximité : les militants joignent leurs efforts

<sup>44</sup> Voir à ce sujet la très utile typologie établie par Michel Offerlé (1985, p. 166, note 1) : « Biens privés divisibles : argent, emplois privés, bien de salut ; biens privés indivisibles : faveurs collectives ou menaces de sanctions collectives ; biens publics divisibles : faveurs personnelles, décorations, secours publics, postes administratifs ou électifs, menaces de renvois ; biens publics indivisibles : offre de discours politiques, politiques publiques (nationales, locales, catégorielles). »

<sup>45</sup> Car des partis comme l'USFP ou l'Istiqlal rassemblent également un grand nombre de personnes qui, sans rompre officiellement leurs relations avec le parti, marquent leur distance par un éloignement et un désengagement se traduisant par la cessation de toute participation.

à un ou plusieurs candidats selon leurs affinités personnelles, idéologiques ou « claniques » : le candidat Mohamed El-Gahs à Sidi Bernoussi, journaliste et quadra, a pu ainsi attirer en masse les militants de la Jeunesse de l'USFP.

L'Istiqlal ne manque pas non plus de ressources militantes, qu'elles soient puisées dans le parti ou dans les organisations parallèles<sup>46</sup> de jeunesse, de femmes, ou syndicales. Dans le bureau permanent du parti à Hay Hassani, se retrouvent pour participer aux cortèges des militants et des sympathisants appartenant aux différents secteurs des enseignants, des ouvriers, des chauffeurs de taxi, des bus, des commerçants syndiqués, ayant en commun l'appartenance au quartier et à la circonscription. L'âge moyen des militants est plus élevé. Par contre, à Derb Soltan, le PJD dispose d'un grand nombre de militants et de sympathisants, essentiellement des enseignants et des étudiants des deux sexes, dont la jeunesse constitue le trait majeur. Pour le PSD, c'est le secteur féminin qui a le plus contribué à la campagne menée à Derb Soltan.

Les relations horizontales sont aussi de nature associative. Dans l'échantillon observé, c'est notamment le cas pour le PJD, le PSD, ADL, FC, voire l'Istiqlal. Le développement du tissu associatif durant les années quatre-vingt-dix dans les secteurs des droits humains, des droits des femmes, du culturel et son déploiement selon une logique plus territorialisée n'ont pas manqué de se répercuter sur la campagne électorale de septembre 2002. De nouveaux cercles ont été créés autour d'une série de candidats, notamment depuis les communales de 1997<sup>47</sup>. Ils ont permis à des acteurs présents sur la scène politique d'aller au-delà de l'étiquetage idéologique ou partisan, d'articuler les différents cercles qu'ils sont parvenus à mobiliser pendant la campagne (proximité familiale, de voisinage, ou autre ; identification catégorielle ; clientèle au sens large ; proximité idéologique, « éthique »). Qu'il s'agisse de réseaux établis à la suite des élections de 1997, formalisés dans un cadre associatif, ou d'appartenances associatives plus anciennes, tous ont pu être réactivés<sup>48</sup>.

<sup>46</sup> Maurice Duverger a souligné le rôle des organismes annexes qui ont un caractère « spécial et limité » par contraste avec les partis qui ont des « fins générales », mais qui peuvent permettre à ceux-ci de « doubler le parti » et de diffuser discrètement ses mots d'ordre (1976, p. 171).

<sup>47</sup> Le travail effectué par Aziz El Maoula El Iraki (2003) sur les élites locales des petites villes montre cette interpénétration entre scènes associative et électorale. Je me permets aussi de faire référence à l'une de mes contributions (Bennani-Chraïbi, 2003).

<sup>48</sup> Sur la campagne comme moment de renégociation et de réactivation des soutiens voir Briquet (1994, p. 20), Sawicki (1994, p. 139).

Des candidats comme Mohamed Chebaa (PSD) ont une activité ancienne dans le champ associatif national et notamment dans le secteur culturel. En outre, par le biais du PSD, celui-ci a pu bénéficier du soutien du secteur associatif féminin qui, pendant ces élections, a dû ouvertement renouer avec la scène partisane. Rappelons aussi que Ali Belhaj, le fondateur d'ADL, a encouragé le développement des associations locales dans sa commune Dar Bouazza, en s'appuyant notamment sur les « jeunes instruits ». Le deuxième candidat sur sa liste est à la tête d'une association culturelle de Hay Hassani, née en 1994. D'autres associations ont été créées, dans la circonscription de Aïn Chok-Hay Hassani, pour gérer les quartiers de relogement et certaines d'entre elles sont proches d'un candidat ou d'un parti (c'est le cas par exemple pour ADL et l'Istiqlal). Depuis la fin des années quatre-vingt, les militants du PJD se sont investis dans le secteur associatif, sous ses différentes formes, avec pour objectif l'élargissement de leur base et « l'ouverture sur la société ».

L'on se retrouve ainsi face à un tissu associatif fortement diversifié où se côtoient les ONG de « défense », et celles davantage centrées sur des activités culturelles, sociales et éducatives<sup>49</sup>. Elles rassemblent des acteurs au parcours de gauche ou islamique, ou encore se distanciant de toute idéologie. Elles peuvent être en rupture avec la scène partisane ou, inversement, constituer un secteur de la mobilisation électorale. Même si elles ne se mobilisent pas toutes en tant que structures pendant la campagne, à un niveau ou à un autre elles opèrent une jonction avec la scène électorale. Certaines vont jusqu'à geler leurs activités, pour éviter que l'association ne se transforme en outil électoral ou en lieu de conflit, surtout si ses membres ont des appartenances ou des sympathies politiques divergentes. Mais, malgré cela, elle constitue une ressource personnelle pour l'acteur qui en bénéficie : elle élargit ses réseaux, contribue à sa notoriété et est censée accroître sa crédibilité. De manière directe ou indirecte, les candidats parviennent à puiser dans ces cercles les ressources humaines nécessaires à leur campagne<sup>50</sup>.

Les agents de la mobilisation électorale se recrutent également dans des réseaux sociaux où le lien se fait sur la base de l'appartenance commune à une catégorie socioprofessionnelle (les artistes pour Mohamed Chebaa du PSD, les enseignants dans d'autres cas), ou plus

<sup>49</sup> Sur le développement du phénomène associatif au Maroc et ses liens avec la scène électorale, voir entre autres Abouhani (1999), Amez (1999), Bennani-Chraïbi (2003), Denoex, Gateau (1995).

<sup>50</sup> Camille Goirand montre que dans les *favelas* qu'elle a observées, les présidents des associations jouent un rôle important de négociation des termes de l'échange entre candidats et électeurs. Leur prestige est en fonction du nombre de voix contrôlées. Ces situations existent sans doute à Casablanca, mais je ne les ai pas observées personnellement (1998, p. 127 ; 2000, chap. 9).

largement sur la base d'une identification mutuelle à une catégorie socio-éducative partageant la même situation (par exemple, les diplômés au chômage).

Les relations de proximité sont mobilisées par l'ensemble des acteurs, quelle que soit leur appartenance. Comme les réseaux informels de survie, elles sont à distinguer des relations clientélistes, car si elles se fondent sur la réciprocité et s'inscrivent dans la durée, d'une manière générale elles ne sont ni verticales, ni inégalitaires<sup>51</sup>. Elles se nourrissent des liens de voisinage, d'amitié ou de sang. Dans les campagnes observées, les enfants, les frères et sœurs, les parents, et même la famille lointaine d'un candidat constituent parfois les véritables propulseurs d'une campagne. À Hay Hassani, le second candidat sur la liste d'ADL s'est fortement appuyé sur ses sœurs et sa mère. Celles-ci ont été les organisatrices des réunions de femmes, les dynamos des cortèges. Loin de se contenter de servir le thé et les gâteaux, elles ont joué un rôle primordial pour mobiliser toutes leurs relations et pour leur vanter les mérites du candidat et de son parti. L'une des candidates de l'Istiqlal à Hay Hassani a pu bénéficier du soutien de sa famille élargie qui est spécialement venue d'El-Jadida. Des candidats et des militants de l'USFP ont été accompagnés durant la campagne par des membres de leur famille. Dans ce cas comme dans celui de l'Istiqlal, le soutien familial s'étend à l'ensemble du parti, et ne s'attache pas uniquement à un candidat. Il importe toutefois de signaler que la proximité parentale trouve ses limites lorsqu'au sein d'une même famille il existe des identifications ou des appartenances distinctes, voire divergentes, qu'elles soient fondées sur des bases idéologiques ou qu'elles reposent sur des proximités d'ordre amical ou clientéliste. À Hay Hassani, une même famille peut comporter plusieurs courtiers électoraux, au service de candidats différents. La prise en compte de la diversité des allégeances, ainsi que de leur hiérarchie au sein de chaque personne, conduirait à élargir le nombre des configurations possibles. Si les liens de proximité jouent un rôle important pendant la campagne électorale, il en est de même pour les relations clientélistes qui semblent les prolonger.

Dès lors que les pratiques clientélistes sont appréhendées en tant qu'« échange social » (Médard, 1998) irréductible à la dimension économique et utilitaire<sup>52</sup>, elles apparaissent certes de manière prédominante dans les partis étiquetés clientélistes, mais elles sont également observées dans des partis plus récents ou plus militants, sous

<sup>51</sup> À titre comparatif, voir respectivement pour les cas égyptien et argentin : Singerman (1995), Auyero (2000). Et pour une approche anthropologique de la proximité au Maroc, il n'est pas inutile de rappeler les travaux de Clifford Geertz (1979).

<sup>52</sup> Sur le clientélisme, se reporter aux références données dans le chapitre introductif.

l'habillage de l'associatif ou de la médiation. La nature des biens offerts montre que l'« on ne peut pas offrir n'importe quel bien, n'importe quand à n'importe qui » (Offerlé, 1985, p. 167). À Hay Hassani, dans les poches d'habitat le plus dense et le plus précaire, plusieurs « patrons » se disputent le même fief et, comme ils sont pour la plupart conseillers dans la commune, ils s'attribuent tous les quelques réalisations de biens collectifs (routes goudronnées, passage d'une ligne de bus...). Tout au long de l'année, quelques-uns se manifestent pendant les occasions de fragilité, notamment lors des décès. Ceux qui travaillent à la commune mettent à disposition ambulance ou tente (pour recevoir les condoléances). En raison de l'absence de couverture sociale, la maladie de courte ou de longue durée nécessite l'intervention de bienfaiteurs plus ou moins occasionnels. Pour les biens distribués de manière saisonnière, il faut compter les moutons à la veille de la fête du sacrifice, les cartables pour la rentrée scolaire. Les personnalités saillantes de Hay Hassani sont également sollicitées pour de grosses ou de petites sommes d'argent, parfois vitales pour la subsistance d'une famille, qu'elles soient nécessaires pour payer les loyers impayés ou pour acheter une bouteille de butane. Pourtant, chacun a sa spécialité. Le candidat du PND, par exemple, se préoccupe des jeunes auxquels il procure des tenues de sport et des visas pour l'Allemagne. Il exprime aussi toute sa reconnaissance pour la « loyauté » des femmes et ses adversaires l'accusent d'être le protecteur attitré d'un réseau de prostitution. Pendant l'entretien accordé en septembre 2002, il s'est contenté d'avouer pudiquement devant son épouse :

« J'ai un secret dans ma relation aux femmes de cette région. Pendant vingt ans, à chaque fois qu'une jeune fille est venue me trouver en larmes, j'ai essayé ses larmes [il accompagne la parole du geste]. Jamais, je ne lui ai lancé le regard du ventre. C'est ce qui fait que lorsqu'elles se marient, font leurs enfants, je reste toujours à leurs yeux le grand frère. »

Seulement, la denrée la plus rare étant l'emploi, les candidats de ce type font des promesses dans ce sens à leurs courtiers. Pour cette échéance, le président de la commune a promis à toute personne qui lui remettrait une photocopie de sa pièce d'identité (ce qui a été le cas de centaines, voire de quelques milliers), une boutique dans le nouveau centre commercial (*qisariyya*) où la commune dispose d'une dizaine d'emplacements à distribuer aux handicapés. En réalité, dans cette catégorie, la frontière entre clientélisme et corruption n'est pas toujours claire. La relation est souvent discontinue, inscrite dans du court terme, ou centrée sur une transaction unique. Dans ce cas, elle cesse d'être clientéliste, s'apparente davantage à une activité rémunérée, souvent cachée par le candidat et par ses intermédiaires, perçue comme illégitime et assimilée à de la corruption. Elle donne lieu à un intense nomadisme

des courtiers d'une élection à l'autre et parfois au cours de la même campagne. L'une des principales responsables de la campagne de Mohamed Zemrani raconte qu'elle s'est présentée auprès de lui pour l'aider à mobiliser des votes, en remerciement du visa qu'il a obtenu pour son fils. Cinq ans plus tôt, elle avait soutenu un autre candidat qui avait trouvé un stage pour sa fille. Mais lorsque la relation de médiation s'établit durablement, elle crée des liens de reconnaissance et un sentiment d'obligation qui survivent à l'échéance.

Dans mon échantillon de candidats, une autre figure de patronage, représentée par Touria Tazi, apparaît sous une forme mixte agencant les caractéristiques du système de notables avec celles qui prévalent dans le mouvement associatif, ou encore dans l'entreprise qui se défait de ses traits familiaux pour s'imprégner d'une rationalisation conjuguant marketing et humanisme. La candidate bénéficie de ses différentes casquettes. En premier lieu, elle est la « femme du patron », un patron apprécié selon ses dires, parce que l'entreprise est un modèle en matière de politique sociale, tant au niveau de la santé, du micro-crédit, que de la lutte contre le harcèlement. Rappelons aussi que sous l'influence du fils, cette politique s'est orientée vers le développement social, avec un soutien affirmé au secteur associatif, sans totalement rompre avec la dimension « familiale » (le mariage des enfants a par exemple donné lieu à une grande fête offerte aux ouvriers), révélant la double influence de la mère et du fils. C'est ainsi qu'un grand nombre d'ouvriers ont été affectés à la participation à la campagne électorale, à son encadrement. Selon la candidate, c'était une réponse à leur souhait de se mobiliser en sa faveur. Plusieurs types de savoir-faire et d'atouts ont été regroupés. Certains ont un ancrage dans leur quartier, ou ont été remarqués pour leur facilité de communication. Quelques-uns ont une expérience politique et syndicaliste de gauche, et ont participé à plusieurs campagnes électorales. L'un des chefs de centre est un ancien membre du bureau régional du PPS. Déçu par l'expérience de l'alternance, mais aussi par l'altitude de camarades de cellule, il s'est retiré après vingt ans de militance. À ses yeux, une bourgeoisie véritablement nationale, préoccupée de développement économique et social, peut constituer une alternative crédible. Quant au conseiller de communication de Touria Tazi, qui a connu son fils dans le cadre associatif, socialisé dans le mouvement associatif et étudiant depuis le milieu des années quatre-vingt, il s'était présenté à des communales sous les couleurs de l'USFP. Tout en étant rémunéré, il lui a semblé indispensable d'assumer le rôle qu'il devait jouer auprès d'une candidate qui ne se présentait pas sous une étiquette de gauche. Pour lui aussi, il est important de voir se développer des forces libérales solidaires au Maroc, tout comme il est positif de réaliser une jonction entre secteur associatif et secteur privé. Outre l'apport humain

apporté à la campagne *via* l'usine, ses ouvriers et son réseau, Touria Tazi a pu compter sur la sympathie d'une partie de ceux qui travaillent dans la fondation qu'elle dirige (monitrices, jardinières, cuisinières, femmes de ménage), et sur la reconnaissance de ceux qui ont bénéficié de ses œuvres et de sa générosité (aide pour une opération de la cataracte, pour une dialyse, pour un logement, distribution de soupe pendant le ramadan...) et qui, selon son témoignage, se sont présentés spontanément. Même dans ce cas, la relation de clientèle présente des limites, puisque les intermédiaires sont indemnisés « pour leurs repas et leurs heures supplémentaires » et reçoivent entre 50 et 100 dirhams par jour (tarif qui est en fait fixé par le marché du courtage électoral de septembre 2002). Mais ici la rémunération, perçue comme une juste rétribution, n'est due à aucun moment.

Tout compte fait, la dimension véritablement clientéliste apparaît en relation avec le secteur associatif. Les agents électoraux se présentent comme des obligés (ayant profité d'une offre de biens variés) qui souhaitent témoigner leur reconnaissance en apportant leur aide pendant les élections. Je citerai ici l'exemple d'un candidat qui a pu bénéficier d'un soutien de cette nature. Le président de l'association de Hay Hassani, qui s'est présenté sous les couleurs d'ADL, est un intermédiaire important dans le quartier. Doté d'un réseau relationnel très étendu aussi bien dans la commune, dans l'Administration que dans le champ associatif, il est sollicité pour régler des problèmes de transferts scolaires, d'expulsion, pour aider à trouver des livres scolaires, pour réconcilier des personnes en conflit, etc. Les cours de soutien assurés par son association sont parfois perçus comme des services appelant à un contre-don.

À un autre niveau, la permanence parlementaire et la commune<sup>53</sup> peuvent devenir des lieux de rencontre entre élu et électeurs, le premier étant réclamé pour tous les services que l'on attend d'un « patron » : médicaments, interventions auprès de l'Administration, mais aussi conseils juridiques (non rémunérés) d'un avocat. Ainsi, Mustapha Ramid, qui reçoit tous les samedis matin dans son bureau, a été particulièrement assailli par toutes sortes de demandes (auxquelles il n'a d'ailleurs pas toujours réussi à répondre). Dans ce dernier cas, le député joue moins le rôle de représentation que de guide et/ou de médiateur entre un centre – trop lointain – et des populations marginalisées. On attend de lui qu'il achemine les ressources rares, de manière descendante du haut vers le bas<sup>54</sup>. Bien sûr, l'élu communal participe également à ce type de relations.

<sup>53</sup> Cette dimension du clientélisme municipal est confirmée dans la thèse d'Aziz El Maoula El Iraki (2003, p. 191).

<sup>54</sup> Des logiques comparables ont été observées en Haute-Égypte (Gamblin, 1997) et en Algérie (Hachemaoui, 2003).

Le socialiste Mohamed Mouhib de Derb Soltan a aussi confirmé qu'une proportion du budget communal, complétée par une part mensuelle de son indemnité personnelle, était consacrée à la couverture (partielle) des demandes de la population, sans pour autant parvenir à fidéliser l'électorat bénéficiaire. Ainsi, à côté du clientélisme notabiliaire déclinant, s'affirment des clientélismes associatif, municipal et/ou parlementaire qui, dans certains cas, s'apparentent au « patronage démocratique » ou « mitigé » décrit par Maurice Agulhon (1979, p. 480 et p. 257-258), dans le sens où ils mêlent, d'une part, une « inspiration politique » égalitariste, préconisant la justice sociale, voire la prise en charge de la société par elle-même et, d'autre part, une structure relationnelle qui, de fait, demeure hiérarchisée<sup>55</sup>. Dans le cas précis des associations, la dimension homogène, égalitaire s'accommode de la présence d'un membre qui se distingue par la fortune, les compétences, et/ou la capacité d'intermédiation avec les autorités administratives et politiques, avec les bailleurs de fonds à l'échelle nationale voire internationale.

Reste à savoir ce qui fonde la « popularité » (*cha'bīyya*) des intermédiaires influents. Une première catégorie regroupe ceux qui par leur disponibilité, par l'extension de leurs réseaux, par les ressources rares dont ils disposent, par leur aptitude à jouer un rôle de médiation, par leur notoriété et/ou leur « respectabilité », constituent un chaînon dans la relation clientéliste ou du moins parviennent à se créer des « obligés ». Dans notre échantillon, c'est le cas de la femme<sup>56</sup> qui fait du courtage électoral au bénéfice du candidat du PND. Elle utilise le même langage que son patron. À l'échelle de son quartier, elle se présente comme une femme qui a du poids :

« Je suis populaire ici. J'aide les gens. Je les accompagne à l'hôpital. Ma fille est infirmière. Quand quelqu'un est malade, elle va le voir [...]. Mes enfants sont bien élevés, ils ne lèvent pas les yeux sur un adulte. »

Pendant la campagne, elle donne à voir son pouvoir, régent les jeunes et les femmes qui semblent être sous ses ordres, lève la voix, donne des ordres, et se fait obéir. Par contre, en présence du candidat, à

<sup>55</sup> Ainsi, selon les approches socio-historiques et néo-institutionnalistes du clientélisme politique qui remettent profondément en cause l'existence d'une différence ontologique entre les formes « traditionnelles » et les formes « modernes » de la politique, ces pratiques et ces relations perdurent dans toutes les sociétés. En partant du constat de leur impressionnante capacité d'adaptation, elles s'intéressent de manière privilégiée à leur « inscription sociale et historique », aux « logiques de leur adaptation au changement » (Briquet, Sawicki, 1998, p. 3).

<sup>56</sup> Sur les *brokers* (courtiers) au féminin qui font de la politique tout en faisant du *gender*, et sur les caractéristiques de leur médiation, imprégnée dans ce cas par le répertoire du matrimoine retravaillé, voir Auyero (2000).

son tour, elle évite de « lever les yeux », parle à voix basse, adoptant une attitude mêlant servilité, louange, expression de loyauté et empressément à témoigner son efficacité. Si ces intermédiaires monnaient leur soutien d'une manière ou d'une autre, certains cherchent tout simplement à se faire valoir, à être reconnus.

Sur un autre plan, les faiseurs de la campagne, les femmes et les jeunes, évoquent des archétypes sociaux connus dans la société marocaine. Les *neggafat*, terme rappelant la racine arabe « n.q.f. » (éclore, briser la coquille)<sup>57</sup>, sont des femmes qui entourent la mariée durant la noce, la couvrent de parures, de bijoux, la hissent sur une table (*mida*), en lançant des youyous, en accompagnant le rythme de la musique. Elles louent ses charmes, les mérites et les qualités morales des deux époux, de leur famille respective, prennent symboliquement la belle en otage, délivrée par l'argent que versent les participants à la fête. Les *gallasat* jouent également un rôle important pour la contraction d'un mariage. Ces femmes qui commandent l'entrée du hammam frottent et massent les corps féminins, connaissent les séductions dénudées des jeunes filles, les formes qui présagent leur fertilité et sont des informatrices privilégiées pour les mères en quête d'une épouse pour leur fils. En outre, elles se tiennent non loin du couple pendant la nuit de noces. Les courtières de l'élection apparaissent comme les parentes de ces figures féminines familières, du moins puisent-elles dans le même répertoire. Informations, louanges, médiation, embellissement sont autant d'actions centrales dans la contraction d'un mariage qui sont transvasées dans un autre contexte, (s)électif à nouveau, mais cette fois-ci politique et sexuellement mixte.

L'autre figure connue et reconnue est celle de l'enfant de la ruelle (*weld ad-derb*), symbole de proximité, « jeune », disponible, ayant parfois de « gros bras », qui appartient à un cercle de pairs et qui, pour toutes ces raisons, est en mesure d'introduire une personnalité dans la ruelle, dans le quartier, influencer aussi sur un certain nombre de choix. Dans un rôle positif, il contribue à garantir l'ordre (y compris moral). Mais la littérature rappelle aussi qu'il peut se transformer en « mauvais garçon », bagarreur, user de sa force dans la délinquance ou pour la retourner contre les siens<sup>58</sup>. À côté de cette image classique s'est développée la sous-catégorie du « jeune diplômé chômeur », dont le prestige s'est accru chez les

<sup>57</sup> La gémation du « q », prononcé « g » en dialectal, donnerait le sens de « faire éclore ».

<sup>58</sup> Dans le cas égyptien, pour désigner cette forme de délinquance, on utilise le mot de *balaga* (El Messiri, 1977 ; Haenni, 2001). Par contre, les personnes que j'ai interviewées à Casablanca n'emploient pas de terme standardisé. Pour un aperçu historique, voir aussi Cahen (1958).

analphabètes du fait même qu'il détient un savoir, un diplôme, et qu'il peut à l'occasion rendre des services, apprivoiser l'Administration, l'école, l'hôpital, la justice, etc. – toutes ces institutions, inaccessibles aux illettrés, exigent un minimum de maîtrise de l'écrit. Son statut d'« ayant-droit », pourtant exclu de tout ce que son diplôme lui laissait espérer socialement et économiquement, lui donne presque du pouvoir dans la société du coin de la rue. Même son exclusion, révélatrice aux yeux des siens des dysfonctionnements de la société, devient un atout et lui crée des obligés. Lors des élections locales de 1997, des diplômés chômeurs faisaient campagne sur ce thème même, et il n'était pas rare que les vieilles dames leur promettent :

« Je voterai pour toi mon fils, pauvre de toi, tu as étudié et tu n'as rien, au moins si tu es élu, tu auras quelque chose. »

Le groupe des « jeunes diplômés » qui se réunit au coin de la rue peut choisir un candidat au sein ou à l'extérieur du groupe, le soutenir, parce qu'il le considère comme « digne » de le représenter, sur la base de l'évaluation de son « CV », de ses dispositions à servir la collectivité (en termes de générosité ou d'audace par exemple). À Derb Soltan, le noyau dur de l'association ADMB que j'observe depuis 1998 était constitué par des hommes jeunes âgés de 23 à 28 ans, résidant pour la plupart depuis leur naissance dans la même ruelle. Mus par un esprit de corps puissant, ils avaient l'habitude de gérer la rue, d'y interdire ce qui leur semblait déranger l'ordre moral et la sécurité, mais aussi d'imposer le candidat que toute la ruelle allait soutenir. Or à ce niveau, ce sont des relations horizontales qui prévalent, même si par moment le ou les jeune(s) peuvent décider de monnayer leur soutien et de faire prévaloir leurs propres intérêts au lieu de ceux de la collectivité.

Certains de ces groupes choisissent non pas de soutenir un candidat, mais de jouer le rôle d'« entrepreneur moral » (dans le sens donné par Garrigou, 1992, p. 173), de mener des actions de sensibilisation, d'interroger les candidats pour les éprouver, tester leurs compétences, leur demander des comptes<sup>59</sup> et contribuent ainsi à promouvoir la primauté des « biens publics indivisibles ». Des associations comme l'ADMB à Derb Soltan ont commencé à organiser ce type d'actions en septembre 2002, mais de manière plus formalisée, plus intentionnelle<sup>60</sup>. Le bureau de l'association a rédigé un programme

<sup>59</sup> Avant la libéralisation politique et le développement du tissu associatif, l'incitation à « demander des comptes » était le thème privilégié de la gauche.

<sup>60</sup> Sur les « technologies de la vertu » et la construction de la déviance, voir Garrigou (1992, 1998), Briquet (1998). Pour une perspective comparative d'ordre géographique, et sur les programmes d'éducation des électeurs en Afrique du Sud, voir Crouzel (1998).

comportant plusieurs points<sup>61</sup>, distribué à la population et aux candidats. Il a également organisé des rencontres sur deux places publiques, lançant des invitations à l'avance aux candidats et aux citoyens (affiches placardées). L'objectif consistait à favoriser la rencontre directe entre électeurs et candidats, à évaluer la disposition de ces derniers à s'engager à réaliser l'une des revendications<sup>62</sup>. Les responsables de l'ADMB expliquaient que ce n'était pas une occasion pour le candidat de faire sa campagne, de distribuer ses tracts, mais uniquement de se prononcer sur le « programme » établi par l'association et de répondre aux questions posées, dans un souci de contribuer à établir le « contrôle » des élus par les électeurs, de diffuser le principe de la légitimité des citoyens à demander des comptes à leurs élus, d'apprendre aux gens à défendre leurs intérêts collectifs, à s'exprimer de façon « responsable et organisée » et, de cette manière, à contribuer à « l'apprentissage de la démocratie », de ses rouages, de ses instruments. De plus, les membres de ces types d'associations ont participé aux actions menées par le Collectif associatif pour l'observation des élections, regroupant des organisations de droits de l'homme, des associations de quartier, des personnalités, qui a opéré à tous les stades de l'opération (préparation, période préélectorale, campagne, scrutin)<sup>63</sup>.

Toutes ces figures d'intermédiation constituent des formes quasi idéal-typiques, et n'excluent pas l'hybridation. Elles sont toutefois révélatrices des transformations sociales en cours dans les zones urbaines observées. Les autorités sociales et politiques classiques y apparaissent

<sup>61</sup> Ce sont des points très variés qui recouvrent à la fois des préoccupations strictement locales et des revendications rejoignant des débats publics d'ordre national : organisation du secteur des vendeurs ambulants, meilleure gestion des ordures, réhabilitation du parc de l'Hermitage, infrastructures pour les jeunes, dossier des victimes des inondations de 1996, dossier des victimes des événements de 1965, de 1981, l'égalité entre femmes et hommes (égalité des chances d'accéder aux postes de décision, élévation de l'âge du mariage de 16 à 18 ans, divorce judiciaire, indemnisation du travail domestique, partage des biens après la prononciation du divorce), droits culturels et linguistiques des berbères, etc.

<sup>62</sup> Touria Tazi, Mohamed Chebaa, ainsi que le deuxième candidat sur la liste de l'USFP ont participé à ces débats publics. Cependant, la logique que souhaitait faire valoir l'association n'a pas toujours été bien comprise. Un candidat comme Mohamed Chebaa s'est senti offensé lorsqu'on lui a demandé de s'engager par écrit, considérant qu'il a refusé de « signer », lorsqu'il a été « suspendu par les pieds » dans les années soixante-dix, qu'il a « déjà signé avec son sang et sa santé », qu'il a fait ses preuves. En outre, il a eu le sentiment que de tels procédés pouvaient encourager la démagogie. Son message mettait plutôt l'accent sur les difficultés des réalisations, sur le travail à faire par les gouvernants, mais aussi par les gouvernés, discours qui a visiblement eu un très faible écho.

<sup>63</sup> Voir à ce sujet le rapport de 131 pages qu'ils ont publié : *Pour une observation non partisane des élections*.

déclinantes. La vulnérabilité à l'égard du *Makhzen* s'amenuise et son emprise directe s'est d'autant plus affaiblie que le signal du désengagement a été donné du sommet du système monarchique. Quant aux « notables », lorsqu'ils se distinguent uniquement par la fortune et par la proximité au pouvoir, ils ont du mal à fidéliser des clients dans un terreau urbanisé, dense à la fois en patrons et en nécessiteux. Par contre, on assiste à la montée du « patronage mitigé » ou « démocratique » dont les terrains d'élection sont l'association, la commune ou la permanence parlementaire et, surtout, au triomphe du militantisme partisan régénéré dans le cadre du PJD. Dans un sens convergent, l'analyse du profil des intermédiaires montre que l'on va au peuple à travers le peuple : l'égalité – les réseaux de proximité et de survie, voire les transactions monétaires fondées sur l'intérêt – prime sur la hiérarchie – l'autorité, les réseaux clientélistes et de patronage. En outre, la prééminence des femmes et des jeunes dans la campagne dévoile un véritable phénomène d'inversion : la supériorité en rapport avec l'âge (les aînés), le sexe (masculin), la fortune ou le pouvoir est minorée ; ce sont des exclus et des dominés qui constituent les vecteurs de la mobilisation électorale et qui donnent le ton aux « masses indifférentes », sans doute aussi parce que le courtage électoral est devenu une activité saisonnière rémunératrice, qui attire pratiquement les mêmes candidats que l'économie informelle. Pour mobiliser les votes, les agents du *Makhzen*<sup>64</sup> cèdent ainsi la place à des « sous-élites de citoyens » issues du peuple, elles-mêmes enrôlées sous l'effet incitatif des offres de biens diversifiés, matériels autant qu'abstraits, faites par des entrepreneurs politiques en concurrence. Ce tableau révèle enfin une société, certes vulnérable, mais peu hiérarchisée, échappant de plus en plus aux emprises, plus sensible à l'appel des réseaux d'entraide horizontaux qu'aux relations clientélistes. Les profils de ces agents ne manquent pas de se répercuter sur les modalités de rencontre avec les électeurs, ils imprègnent les mises en scène et les répertoires de la campagne.

#### Les mises en scène et les répertoires de la campagne : donner à voir, à entendre, à lire, à boire et à manger...

La campagne est une mise en scène « totale », une sorte de rituel qui révèle les répertoires privilégiés de chaque groupe d'acteurs. Les

<sup>64</sup> Ran Halévi (1985) a montré le rôle joué par les officiers royaux dans la progression de la participation électorale du monde rural sous l'ancien régime en France. Plusieurs auteurs ont souligné que la mobilisation des électeurs par le Gouvernement a continué sous le Second Empire, voire même sous la III<sup>e</sup> République, de manière à suppléer à la défaillance des partis politiques (Garrigou, 1992 ; Huard, 1985 ; Tudesq, 1985 ; Offèrlé, 1985).

candidats et les partis cherchent à atteindre le plus grand nombre d'électeurs en faisant appel à presque tous leurs sens – la vision, l'ouïe, le toucher, voire le gustatif et l'odorat – même si certains mettent l'accent sur des registres plutôt que sur d'autres. En d'autres termes, ils recourent à différents « modes d'expressions symboliques » verbales, gestuelles, matérielles, permettant de « structurer des enjeux de société » (Braud, 1996, p. 108 et 86)<sup>65</sup>. Or, durant cette campagne, une pléthore de signes, de représentations, de mots-clés ont été maniés et remaniés, laissant souvent transparaître la fluidité, plutôt que la sédimentation ou une capacité réelle de mobilisation.

Dans un premier temps, je m'interrogerai pour savoir si un style unifié s'est dégagé dans la manière de mener la campagne au niveau des imprimés, des accessoires, des réunions, des meetings et des tournées électorales. Dans le cas où un parallélisme ressortirait, serait-ce parce que les acteurs puisent dans les mêmes répertoires, parce qu'il y a une régulation assurée par le gouverneur, parce qu'il y a mimétisme, ou parce qu'il y a « apprentissage » des routines propres à cet épisode de la vie politique ?

Dans un deuxième temps, j'analyserai les répertoires discursifs, idéologiques ou symboliques de la mobilisation. À nouveau, je me demanderai si les candidats font campagne autour de thématiques spécifiques à chacun d'entre eux, en fonction de leur positionnement sur la scène politique, ou bien s'il existe des répertoires contraignants pour l'ensemble des acteurs, dont personne ne peut faire l'économie. Sur un autre plan, je resterai attentive aux variations des discours et des images produites par les candidats en fonction des destinataires, mais aussi à leurs marges de manœuvre par rapport à leur parti et aux articulations entre arène politique nationale et contexte local. Car si l'on sait que l'une et l'autre sont étroitement liées (Abélès, 1990) et que le local est à prendre en considération y compris pour les législatives, il n'importe pas moins d'observer le phénomène de retraduction et d'adaptation des thématiques nationales aux « logiques de situation » (selon la formulation de Sawicki, 1992, p. 11-12)<sup>66</sup>.

<sup>65</sup> Il n'est pas inutile de rappeler que pour cet auteur, « Il y a un symbole politique authentique là où s'est opéré un travail culturel et politique de sédimentation de sens autour d'un signifiant » (Braud, 1996, p. 88). C'est dans ce sens que Jean-François Bayart écrit : « La condensation des imaginaires sociaux latents en imaginaires politiques manifestes va de pair [...] avec la condensation des pratiques imaginaires en pratiques de la matérialité » (1996, p. 223).

<sup>66</sup> Pour mener cette analyse, je me fonderai essentiellement sur les imprimés, les slogans, les discours produits pendant les meetings et les réunions, les entretiens, en d'autres termes, sur ce qui a circulé au cours de la campagne dans les deux quartiers. Comparer de manière systématique avec les discours produits dans la presse, les médias, ou dans les



*Accessoires et supports de la mobilisation*

Un voile homogénéisant semble envelopper l'ensemble des campagnes ; pourtant, une observation rapprochée permet de repérer des distinctions. Les deux semaines de campagne ont été marquées par la masse des imprimés affichés et mis en circulation, dont une bonne partie a fini jetée par terre ou dans les collections des enfants qui couraient après les cortèges. La voie écrite est ainsi l'un des principaux véhicules du message du parti ou du candidat. Multicolores, les imprimés présentent le nom, le symbole du parti, le slogan choisi pour la campagne, les candidats, leur photo, leur « CV » plus ou moins long axé, selon les partis et selon les circonscriptions, sur le métier, l'âge, la situation familiale (le nombre d'enfants), la formation, les fonctions occupées dans les structures partisans, associatives nationales voire internationales... Les grands partis en ont diversifié la nature et produit des documents d'une épaisseur variable, allant du résumé du programme, en passant par la forme d'un journal, à la présentation d'une brochure, d'un livre comportant le programme et le bilan, ce qui a notamment été le cas de l'USFP et du PJD, cherchant à viser différents types d'électeurs, et à satisfaire les exigences supposées des élites les plus instruites. Les autres organisations se sont contentées d'imprimés simplifiés, de format et de taille différentes ; à l'exception de Forces citoyennes, et plus précisément de Touria Tazi, qui a conçu des imprimés avec des contenus spécifiques pour les jeunes et pour les commerçants.

À cela, il convient d'ajouter que la campagne de septembre 2002 s'est distinguée par une grande nouveauté : l'importance des sites Internet créés à cette occasion par le ministère de l'Intérieur et par de nombreux partis pour rassembler les informations concernant ces législatives. Certains ont utilisé tous les moyens de communication disponibles : courrier électronique, téléphone, boîtes aux lettres. C'est notamment le cas de l'USFP. Des partis ont conçu des cassettes audio pour s'adresser à la masse des électeurs qui n'ont pas accès à l'écrit<sup>67</sup>. La cassette diffusée par Touria Tazi a connu un immense succès : 150 000 exemplaires ont été distribués. Un groupe populaire célèbre, Tagadda, y chante sur des rythmes qui feraient danser les convives d'un mariage, les mérites de la candidate. Le ton adopté est celui des annonces propagées sur les antennes radiophoniques par l'Association Afak pour le civisme et le développement, qui mélangent proverbes, jeux de mots, messages codés inspirés d'un langage qui se veut populaire, avec un contenu civique

ouvrages rédigés pour l'occasion à destination des élites instruites serait intéressant, mais dépasserait les objectifs fixés dans le cadre de cette contribution.

<sup>67</sup> C'est le cas depuis longtemps en Égypte (Farag, 1991, p. 29).

visant la transformation des visions et des pratiques présentées comme erronées.

Les accessoires ont été d'autant plus nombreux que tous les candidats cherchaient à faire connaître le symbole de leur parti, autre nouveauté de cette campagne. Si leur visée était de singulariser chacune des formations, en réalité, ils contribuaient à l'homogénéisation de la scène. Les tee-shirts, les casquettes, les foulards, les badges, marqués du symbole du parti sur un fond blanc, distinguaient les acteurs de la campagne en marche des spectateurs installés dans les cafés, aux abords de la porte de leur immeuble ou de leur maison, ou du public enfantin poursuivant les cortèges. Les partis de type militant ont tenté d'établir une forte association entre le nom du parti, son slogan et le symbole qui doit figurer sur le bulletin le jour de la consultation électorale. L'USFP comme le PJD ont puisé dans leur champ référentiel respectif : le socialisme international et le Coran. Le parti de gauche a associé la rose à la couleur violette qui lui a été attribuée depuis fort longtemps et a distribué beaucoup de ces fleurs. Les islamistes ont pu mettre en langue la lanterne, en récitant quelques versets de la sourate *An-Nur* (La lumière), qui comporte explicitement le terme *al-misbahi* (la lanterne ou le flambeau, selon les traductions)<sup>68</sup>. Ils ont ainsi réinvesti le champ sémantique de la lumière divine par opposition aux pénombres de l'ignorance de Dieu, une allusion directe à la période antéislamique (*Jahiliyya*), étendue par des idéologues comme Sayyid Qutb aux sociétés contemporaines. Les emblèmes privilégiés par les autres partis sont beaucoup moins enracinés dans une tradition idéologique donnée, et cherchent à compenser le déficit idéologique par la diffusion d'images familières ou valorisées<sup>69</sup>. Tous subissent une « désymbolisation » d'autant plus possible qu'ils sont fragiles et peu enracinés :

« Je parlais avec une dame qui m'a dit : « Il y a trop de symboles et trop d'animaux, alors que les animaux ont saccagé le pays. Ils nous ont ramené la colombe/pigeon (*lahmama*), qui picore, puis s'envole sans qu'on puisse l'attraper. Ils nous ont ramené le lion, un animal sauvage ! » En toute sincérité, les gens de notre parti ont laissé les animaux dans la forêt, ils ont laissé de côté les théâtres parce qu'ils ne se moquent pas des Marocains. La maison, c'est la stabilité. La maison, c'est le travail de toute une vie. La maison, c'est ce qui

<sup>68</sup> « Dieu est la lumière des cieux et de la terre. Cette lumière ressemble à un flambeau, à un flambeau placé dans un cristal semblable à une étoile brillante ; ce flambeau s'allume de l'huile de l'arbre béni, de cet olivier qui n'est ni de l'Orient ni de l'Occident, et dont l'huile semble s'allumer sans que le feu y touche. C'est une lumière sur une lumière. Dieu conduit vers sa lumière celui qu'il veut, et propose aux hommes des paraboles car il connaît tout. » (*Le Coran*, Sourate 24. *An-Nour*, verset 35, Trad. Kasimirski, Paris, Flammarion, 1970, p. 276.)

<sup>69</sup> L'Istiqlal a pour emblème la balance ; le PSD, la main ; ADL, l'horloge ; le PND, la clé ; FC, la maison.



préserve notre intérieur ; c'est ce qui nous permet de construire une famille unie et homogène. Dieu merci, la maison c'est l'avenir. Nous voulons construire le Maroc. »<sup>70</sup>

La plupart du temps, l'organisation, la distribution des supports, des accessoires, le départ des cortèges se font à partir des locaux des partis – pour les plus importants d'entre eux –, des « bureaux » – des échoppes louées pour l'occasion, reconnaissables par les banderoles, les affiches, les photos des candidats –, voire de villas comme dans le cas du candidat PND. Certains de ces lieux fourmillent d'activité, d'autres sont vides ou fermés. Mais là encore, si un local comme celui de l'USFP à Derb Soltan, une maison traditionnelle, est un véritable centre de coordination, de rencontre, de débat avec les électeurs, de répétition des chants et des slogans du parti sous la direction du candidat en tête de liste qui joue le rôle de chef d'orchestre, corrigeant les rimes et les rythmes, les échoppes louées par les candidats des partis de cadres ou des anciens partis administratifs ont pour principal objectif la quête de visibilité, la mise en scène d'une animation et d'une vitalité, qui se veulent de bon augure.

Les réunions, les meetings, et les cortèges sont autant de sorties dans l'espace public ou de publicisation des espaces privés (maisons, voitures...) soumis à régulation par le gouverneur. Des rencontres sont organisées dans des espaces domestiques, les maisons et les appartements appartenant aux personnes qui relaient le candidat ou le parti, dans des lieux autorisés par le gouverneur précise le directeur de campagne du PJD ; elle sont également improvisées dans des cafés par les militants de l'USFP et par le candidat du PSD<sup>71</sup>. Si tous les candidats participent à des rassemblements, à nouveau, ils ne vont pas au peuple de la même manière. Les uns privilégient la discussion, d'autres le marchandage<sup>72</sup>, ou encore l'expression d'un ethos de la magnificence. Dans ce dernier cas, la campagne électorale est une occasion pour offrir, notamment aux plus déshérités, des festins quotidiens<sup>73</sup>. Le répertoire de prédilection,

<sup>70</sup> Extrait de l'intervention du second candidat sur la liste de Forces citoyennes, durant le meeting du 21 septembre 2002.

<sup>71</sup> À Hay Hassani, Assia Akesbi de l'USFP n'a pas hésité à s'attabler dans des cafés auprès de jeunes, en compagnie de sa fille ou de son fils ; ce qui a été très apprécié par l'électorat jeune en demande d'écoute, d'attention et surtout de proximité : la candidate descend de son piédestal pour se mettre « au niveau » des électeurs, dans une perspective égalitariste. Mohamed Chebaa a loué un café où se sont tenues la plupart des réunions.

<sup>72</sup> Pour Bernard Manin, la discussion cherche à « produire un changement dans l'opinion de l'autre [...] par le moyen de propositions impersonnelles ou portant sur le futur à long terme », alors que le marchandage consiste à « agir sur [les opinions] par des rétributions ou des menaces [...] affectant [les] intérêts personnels » (1996, p. 253-254).

<sup>73</sup> Dans la République islamique d'Iran, les évergètes ne manquent pas non plus d'organiser des repas publics et de distribuer du tchelo-kabab (Adelkhah, 1996, p. 22).

l'ostentation, évoque *Le pain et le cirque* (Veyne, 1976) ainsi que les « stratégies de bluff » analysées par Bourdieu, qui cherchent à accroître le prestige social de leur auteur et qui n'en sont pas moins des occasions de « circulation économique » (Bourdieu, 1980, p. 204).

Sur une plus grande échelle, les meetings présentent un air de famille avec ces réunions. Cependant, tous les partis ne peuvent pas se permettre de les organiser<sup>74</sup>. Pendant la campagne, j'ai pu en observer deux du PJD, l'un au complexe du Maarif, l'autre dans la place Sahat Sraghna, dans la circonscription El-Fida-Derb Soltan, un de l'USFP sur la place jouxtant le complexe du Maarif, et une réunion-meeting dans une villa faisant office de maison des fêtes pour Forces citoyennes. L'artiste-peintre Mohamed Chebaa, tête de liste du PSD, avait pour projet de concevoir un meeting pour couronner sa « campagne artistique », mais il n'a pas réussi à le réaliser. Cela consistait à organiser un spectacle, en projetant un classique du cinéma marocain « Le coiffeur de Derb Fokara » (Mohamed Rgal, 1982), tourné dans l'un des quartiers de la circonscription, en montant des cercles/ateliers (*halqa*) avec des enfants, encadrés par des artistes. Dans chacun des meetings observés, il existe plus ou moins une scénographie, des messages véhiculés à travers des images et de la musique.

Ceux-ci ont des caractéristiques communes : un lieu comportant un podium, un espace pour le public ; des accessoires rappelant le symbole, l'identité du candidat et du parti ; des slogans et des chants semblables à ceux que l'on entend dans les réunions et dans les cortèges ; un souci de « chauffer » la salle, de mettre de l'ambiance. Pourtant, des distinctions sont visibles au premier abord. En premier lieu, plusieurs personnalités politiques « nationales » viennent prêter main forte aux candidats des partis de type militant. Ensuite, l'assistance des meetings du Maarif de l'USFP comme du PJD est essentiellement formée par des militants et des sympathisants, ce qui n'est pas le cas du meeting du PJD sur la place Sahat Sraghna (population environnante), et encore moins de celui de Touria Tazi (femmes du voisinage). Par ailleurs, si le public de l'USFP est davantage masculin et multi-générationnel et celui de Touria Tazi plutôt féminin, celui du PJD est essentiellement jeune, mixte, et ordonné sur la base de la séparation des sexes. Et alors que tout est centralisé dans la phase qui précède le démarrage officiel du meeting du parti islamiste, pour les socialistes c'est d'autant plus « décentralisé » et faiblement encadré que l'événement a lieu en plein air. Enfin, il existe bien des répertoires festifs communs, ne serait-ce que le fait de lancer des youyous ; toutefois, le meeting de l'USFP puise plutôt dans le répertoire

<sup>74</sup> D'après Raymond Huard, les réunions publiques étant difficiles, les partis conservateurs préférèrent les réunions privées (1991, p. 282).

musical révolutionnaire arabe et palestinien ; le PJD dans celui des chants à caractère religieux ; et Forces citoyennes, avec Touria Tazi, dans celui de la fête, notamment la plus importante au Maroc, à savoir le mariage. À nouveau, il apparaît que les partis de type militant disposent de répertoires idéologiques qui leur sont propres, tandis que les autres ont tendance à se replier sur « le comportement des occasions où les communautés se rassemblent » (Garrigou, 1992, p. 58), le social l'emportant sur le politique.

Certes, les réunions et les meetings favorisent une communication plus ou moins ciblée, mais l'essentiel des contacts avec les électeurs se produit dans la rue. En fonction de sa capacité de couverture, chaque parti et/ou candidat a établi un calendrier de sorties à effectuer durant les deux semaines, pour assurer la distribution des imprimés et des autres accessoires, pour faire le porte-à-porte, puis pour repasser une dernière fois dans l'objectif de rappeler le nom du parti (ou du candidat), les slogans et le symbole qui l'identifient. La taille des cortèges varie en fonction des partis, des moments de la journée et de la perception de la fonction de la campagne.

Comme cela a déjà été signalé, parmi les partis de militants, le PJD se distingue par le poids de ses défilés. À travers ses marches organisées, il a cherché à transmettre l'image de sa discipline<sup>75</sup> ainsi que sa vision de la société : le groupe des jeunes femmes voilées suit derrière ou à côté des hommes, dont la moyenne d'âge est également peu élevée. Quant à l'USFP, d'une circonscription à l'autre, les cortèges n'ont pas la même densité. Pour ceux qui ont tendance à estimer que leur électorat est de « granit »<sup>76</sup>, la campagne se veut une simple réactivation des identifications, et tout au plus un rendez-vous pour réduire les éventuels malentendus. Dès lors, la densité numérique importe peu. Ils racontent que cinq militants suffisent pour effrayer cent agents du PND à Hay Hassani. Par contre, à Derb Soltan, le candidat de l'USFP qui ne considèrerait pas sa circonscription comme acquise a apporté un soin particulier à la conception du défilé, de ses arrêts en cercle dans les places, représentant homogénéité, égalité et immuabilité ; la « figure d'unité » géométrique l'emporte alors sur le nombre (Ihl, 1996, p. 259). En outre, le caractère militant prédomine tant au niveau des slogans scandés et des airs chantés (je reviendrai ultérieurement sur leur contenu), qu'à celui des modalités de rencontre avec les électeurs. Les interactions

les plus vives et les plus longues que j'ai observées sont celles qui ont eu lieu entre les électeurs et les militants de l'USFP, rodés à l'art de la controverse. Si ce style de campagne est usité parmi les socialistes, le passage par le Gouvernement de l'alternance a amplifié la tendance : les électeurs ont des comptes à demander et les candidats des éclaircissements et des rectifications à apporter, des sensibilisations à effectuer. Le Parti de l'Istiqlal a également tendance à encourager la discussion, le débat. Mais le fait que la plupart de ses agents soient rémunérés affaiblit lourdement cette tradition. À Hay Hassani, les quelques militants qui encadraient avec peine les cortèges dominés par les jeunes et les femmes indemnisés étaient partagés entre, d'une part, leur souci d'entrer en dialogue avec les électeurs et, d'autre part, leurs tentatives de mobiliser les agents de la campagne, de maintenir la cadence de la marche et le rythme des slogans scandés.

Enfin, en ce qui concerne les partis dont la faiblesse des ressources militantes est compensée par un apport financier conséquent, comme c'est le cas dans mon échantillon pour le PND et pour Forces citoyennes, les cortèges denses se veulent une démonstration de force et de puissance. L'électorat de « calcaire » est à séduire, à entraîner dans la vague festive. Dans leur cas comme dans celui d'ADL, les défilés sont imprégnés par le profil culturel, socio-éducatif des personnes faiblement politisées qui les composent. Les répertoires du mariage et du stade prédominent. Le stock des slogans en circulation est réapproprié, avec parfois une simple modification des symboles, des noms des candidats et des partis.

Pour conclure ce point sur les mises en scène, je reprendrai la question du départ : la campagne se caractérise-t-elle par un style unifié et, si c'est le cas, de quoi cela relève-t-il ? La régulation assurée par le gouverneur, l'intériorisation de routines par les agents, le fait pour les acteurs d'être contraints de puiser dans un nombre restreint de répertoires autant que le mimétisme imposent, en effet, un cachet à l'ensemble de la campagne. Toutefois, à nouveau, il existe un clivage déterminant, celui qui différencie les partis disposant de ressources militantes des autres, fussent-ils libéraux, et ce à travers la nature des supports, la diversité et la longueur des écrits produits et les modalités de rencontre avec les électeurs. Dans les quartiers populaires, la « discussion », le développement d'un discours idéologique restent l'apanage des partis à caractère militant (l'USFP, le PJD et, dans une certaine mesure, l'Istiqlal et le PSD). Pour les autres, c'est le répertoire festif populaire qui prédomine, et lorsque se produit une véritable interaction, elle se rapproche plutôt du marchandage (PND). L'analyse des discours et des slogans permettra d'approfondir ces premières conclusions.

<sup>75</sup> Sur la discipline comme « esthétique et religion », voir Maurice Duverger (1976, p. 255).

<sup>76</sup> C'est un clin d'œil aux approches de sociologie électorale qui ont mis l'accent sur la stabilité du comportement électoral, représentées en France par le modèle écologique d'André Siegfried (1980) qui articule des facteurs historiques, géographiques et sociologiques.

*Les répertoires discursifs de la campagne*

Au niveau des répertoires discursifs, trois grands axes ressortent des supports analysés : les discours sur les « origines » ; sur les « réalisations » et le développement ; sur la démocratie, l'éthique et le civisme. Par discours sur « les origines »<sup>77</sup>, j'entends toutes les tentatives des acteurs de se légitimer à titre individuel et/ou organisationnel en invoquant des références ou des actes fondateurs pour le groupe, qu'il s'agisse de l'organisation d'appartenance ou de la nation : le nationalisme (lutte contre la colonisation, questions de l'intégrité territoriale et de la souveraineté, nationalisme arabe, musulman) ; les combats politiques conduits dans le passé ; la religion et ce qui est supposé fonder l'« authenticité » du groupe national et qui peut englober le débat autour de la question de la femme. Dans ce répertoire puisent la plupart des candidats, à deux exceptions près (ADL et le PND).

La référence à la lutte contre la colonisation est présente au moins de manière sous-jacente dans presque tous les discours publics : il n'y a pas un meeting où les habitants de Casablanca, « berceau de la résistance », n'ont pas été salués à ce titre. À El-Fida-Derb Soltan, c'était d'autant plus accentué que ce quartier a été témoin de grands actes de résistance. Mais bien sûr, dans ce registre, il y a ceux qui peuvent prétendre avoir participé à la lutte pour l'Indépendance et ceux qui n'ont pas pu le faire. Le Parti de l'Istiqlal est dans la meilleure des positions pour puiser dans ce stock. Or, si la référence apparaît juste en filigrane dans les programmes élaborés à l'intention des élites, elle est dominante dans les interactions qui ont eu lieu avec les électeurs de Hay Hassani, à la suite des cortèges. La formule « nous avons libéré le pays » revient fréquemment, accompagnée du rappel des exploits du fondateur du parti, Allal El-Fassi, mais aussi de celui des femmes istiqalienne, notamment lorsque la candidate s'adresse aux femmes. À l'USFP, on insiste beaucoup moins sur cette dimension, alors même que ce parti est issu du Mouvement national. Lorsque la participation de l'organisation à des événements fondateurs pour la nation a été impossible du fait même de sa nouveauté, comme c'est le cas pour Forces citoyennes, ce sont les actions menées par un individu qui prennent le dessus.

Le nationalisme en action face aux défis contemporains est un thème plus accessible. Il demeure très présent chez des partis comme l'Istiqlal et l'USFP, tout en étant très fortement investi par le PJD, dont la plupart des leaders ont grandi après l'Indépendance. À ce niveau, l'accent est mis sur « la nation en danger ». Les priorités sont l'achèvement de

<sup>77</sup> Voir la reprise par Ghassan Salamé (1996, chap. 2) des répertoires de légitimation dans lesquels puisent les gouvernants, tels qu'ils ont été conceptualisés par Karl Deutsch.

l'intégrité territoriale (affaire du Sahara, Ceuta, Melilla...), et l'action contre les menaces extérieures (Algérie, Espagne). Le PJD investit intensément le répertoire du nationalisme « marocain », mais préconise aussi l'encouragement de la constitution de blocs régionaux « arabe, islamique, africain » et se pose en chantre des causes « islamiques »<sup>78</sup>.

Pour ce qui est de la référence aux antécédents dans la lutte politique, c'est l'USFP qui se distingue dans l'échantillon observé. Le rappel du « poids du parti », de « son passé » dans l'opposition est d'autant plus lancinant qu'il s'agit de se distinguer de la pléthore des formations politiques et des programmes, mais aussi de renforcer la perception de l'identité du parti malgré son passage par le Gouvernement. Le chant de l'USFP, scandé dans les cortèges, est axé sur les principes et les idéaux du parti (socialisme, démocratie). Des passages font référence aux sacrifices, aux martyrs du parti « révolutionnaire », rappelant que le « message » de l'USFP se transmet « de génération en génération » et que les luttes de Mehdi Ben Barka, enlevé à Paris en octobre 1965, et de Omar Benjelloun, assassiné en décembre 1975, continuent à imprégner la mémoire des militants. D'après un organisateur de la campagne de l'USFP, à Derb Soltan, « lorsqu'on dit : "Oh Mehdi, oh Omar !", on signifie que c'est le parti des gens qui ont été en prison ». Dans cette formulation, l'accent est mis sur la prison, plutôt que sur les assassinats commandités par le Palais, confortant ainsi les thèses sur la mémoire qui soulignent « la beauté du mort » (de Certeau, 1983). D'après Philippe Braud, la commémoration, un travail de mémoire destiné à « contrecarrer l'ensevelissement d'un passé », est en principe un « refus d'oublier *quelque chose* », mais en pratique, elle se caractérise par une opération de sélection, de tri qui « crée, en creux, la catégorie de ce qui est oubliable parce qu'insignifiant ou embarrassant » (1996, p. 95). Dans ce cas précis, la fossilisation du passé et des morts comporte une part d'amnésie ou de censure visant à ménager les nouveaux choix politiques opérés par la direction du parti, à savoir la réconciliation avec la monarchie, l'intégration du système. Les épisodes de répression sont évoqués, tout en étant vidés de leur contenu. Les martyrs morts dans la confrontation avec

<sup>78</sup> La construction de la question palestinienne sous forme d'opposition ancestrale entre juifs et musulmans donne des accents antisémites aux slogans. Or, les attentats du 16 mai 2003 à Casablanca ont conduit les islamistes du PJD à une « autocritique » perceptible dans la campagne pour les municipales suivantes (septembre 2003) : faire en sorte que le discours du parti soit plus rassurant, réviser la stratégie médiatique (« éviter de publier des gens qui vont causer des problèmes au parti », « que les communiqués n'aillent pas dans tous les sens »), repenser sa relation aux autres groupes islamistes qui rejoignent les marches et les manifestations conduites par le PJD et auxquels le député interviewé prête l'initiative des slogans antisémites, pourtant diffus dans le répertoire islamiste (entretien du 24 juillet 2003).

le régime, « le capital » de l'opposition révoquée sont instrumentalisés, de manière anachronique, dans une campagne marquée par l'esprit de participation et d'adhésion à la monarchie. Les héros du parti sont exhumés pour se faire infliger un ensevelissement instaurant une continuité, là où il y a une profonde rupture tant dans la nature des stratégies que dans les modalités d'action.

Ce registre du combat politique est investi par tous les acteurs qui peuvent y recourir, à l'exception de Mohamed Chebaa, détenu marxiste dans les années soixante-dix, qui n'en fait pas un axe de la campagne (alors même que le parti qui l'a mis en tête de liste a pris en compte un tel critère), ne tenant pas à se remémorer un épisode « de naïveté et de pureté ». S'il affirme la constance de ses engagements, il n'assume pas moins l'ampleur des modifications des stratégies qui enregistrent le mouvement de l'histoire. Le seul moment où il suggère les tortures qu'il a subies, c'est dans la colère lorsque l'association ADMB lui demande de s'engager par écrit sur un point de son programme. Plus politicienne, Touria Tazi n'a jamais manqué de faire référence à la résistance opposée au *Makhzen* par Abderrahim Lahjouji, fondateur du parti Forces citoyennes, pendant la campagne d'assainissement de 1996. Enfin, le PJD, dépourvu d'un passé dont il tient à se glorifier, se réfère plutôt à ses luttes actuelles en faveur de ceux qui souffrent de la répression, à savoir le reste de la « famille » islamiste<sup>79</sup>. Abdessalam Yassine, leader du mouvement al-'Adl wa al-Ihsan (Justice et bienfaisance), surgit dans les programmes et dans les discours comme une victime que le PJD défend, alors même que l'organisation de celui-ci, refusant de participer au jeu électoral et à la scène politique instituée, a appelé au boycott. Est-ce une tentative de récupérer les voix des islamistes qui appartiennent aux autres groupes ? En tout état de cause, on assiste à nouveau à une tentative d'établir une continuité, là où il y a de la rupture.

Le troisième thème qui constitue le répertoire des « origines », celui du religieux et de l'authenticité, fait habituellement l'objet d'une intense compétition. Comme attendu, ce sont le PJD et le Parti de l'Istiqlal qui font clairement référence à l'islam dans leur programme<sup>80</sup>. Les Istiqlaliens l'évoquent rapidement en préambule du programme introduit par « Au nom de Dieu, le clément, le miséricordieux », formule adoptée même par le Parti du progrès et du socialisme. Ici, la référence au

<sup>79</sup> Alors que la question des détenus politiques était une thématique présente dans les campagnes de la gauche jusqu'en 1993, depuis 1997 elle est réappropriée par les islamistes.

<sup>80</sup> Le PJD n'innove pas, il est en continuité avec une tendance amorcée dès les années soixante par l'Istiqlal qui s'engageait lors des campagnes électorales « à défendre la religion contre les déviations, de développer l'usage de la langue arabe et l'enseignement religieux, de construire des mosquées » (Marais, Waterbury, 1969, p. 59).

religieux n'est pas centrale. Celui-ci est seulement défini en tant que « rempart contre toute forme d'aliénation et d'extrémisme », et fondé sur la tolérance, la modération, la justice, l'équité, la solidarité, par opposition aux caractéristiques attribuées aux adversaires islamistes. Et l'appropriation du religieux varie au sein même de ceux qui mènent la campagne à Hay Hassani. Tandis que le directeur de la campagne considère que « l'islam a apporté des solutions et malheureusement nous ne les prenons pas en compte » ; l'unique candidate sur la liste se sent plus proche de l'USFP que du PJD, exprime sa peur de « l'islam radical » et de se « retrouver comme en Algérie ».

L'approche de l'islam se veut plus totalisante dans le cas du PJD qui aspire à proposer un programme imprégné du référentiel islamique et qui se présente comme le défenseur de celui-ci. Les injonctions et les condamnations axées sur la moralisation, voire sur la promotion d'un traitement « islamique » de la question de la femme confortent l'analyse d'Olivier Roy (1992, p. 9 et 11) qui considère que l'islamisme « n'offre plus de modèle d'une autre société ou de lendemains qui chantent », tout au plus vise-t-il le changement des mœurs et du droit ; « le modèle éthique l'emporte sur la philosophie politique ». Comme pour les autres partis, le discours varie en fonction des destinataires. S'il est plutôt apaisant et conciliant lorsqu'il apparaît dans le programme ou qu'il est produit à l'intention de la chercheuse (« L'adoption du référentiel islamique ne signifie pas la monopolisation de l'islam ou la suspicion à l'égard de l'islamité de la société marocaine et de ses membres, qu'ils appartiennent ou non aux partis politiques »)<sup>81</sup>, la rhétorique populiste marquée par une structure polémique, un appel au « bon peuple » authentique, religieux, contre l'ennemi intérieur « et ses seigneurs en Occident »<sup>82</sup> qui menacent la religion est plus acerbe dans les meetings :

« Voulez-vous que le courant qui lutte contre l'islam domine, alors même qu'il est précédé par des hommes financés par l'étranger. [...] La société libre, autonome, musulmane... ne permettra pas cela. [...] Les colons d'aujourd'hui sont les représentants des colons d'hier. [...] Ils disent : « Il n'y a de Dieu que l'Amérique, il n'y a de Dieu que les Nations unies » (*la ilaha illa amrika, la ilaha illa al-umam al-mittahida*) [applaudissements]. [...] Faites attention mes frères, le projet laïc (*l'Imani*) rampe et progresse comme l'éclair. »<sup>83</sup>

Quant à l'USFP, les discours sont introduits par « au nom de Dieu le clément et le miséricordieux » et cinq parmi les trente femmes

<sup>81</sup> Extrait du programme-résumé du PJD.

<sup>82</sup> L'objectif essentiel de ces discours n'est pas tant les Occidentaux, que les élites locales considérées comme occidentalisées et déviantes. Voir à ce sujet Eickelman, Piscatori (1996, p. 89), Kandiyoti (1991, p. 7-8).

<sup>83</sup> Extrait de l'intervention de Bassima Hakkaoui, tête de liste nationale, pendant le meeting du PJD au Maarif, le 21 septembre 2002.

présentées sur la liste nationale portent le voile, mais il n'y a aucune référence à l'islam dans le programme. Par contre, dans les entretiens avec les militants, on retrouve les échos des interactions avec les islamistes : valorisation de l'histoire, de la philosophie, de la civilisation, du patrimoine y compris mystique, sur la base d'une relation directe entre le croyant et Dieu, du respect du pluralisme social, du rejet de l'extrémisme ; défense d'un héritage islamique marocain, le domaine de la gestion politique, les impôts, la scolarité relevant exclusivement de la cité terrestre :

« Je leur dis que c'est nous qui avons islamisé l'Afghanistan, que nous n'allons pas inverser les choses en ramenant des poils de là-bas. Je leur dis que c'est honteux, que nous avons nos usages, nos coutumes, nos jellabas, que nos mères mettaient à un moment le *negah*<sup>84</sup> et qu'il ne faut pas qu'on se dénature en ramenant des vêtements de fantôme. »<sup>85</sup>

Concernant le plan d'intégration de la femme qui a polarisé la scène politique marocaine, les militants interviewés ne considèrent pas que celui-ci porte atteinte au texte religieux, mais analysent la mobilisation réalisée par le PJD à Casablanca en mars 2000, avec la participation de membres de partis comme l'Union constitutionnelle qui ne se sont jamais occupés de religion, comme de l'opportunisme et de la manipulation cherchant avant tout à contrer le Gouvernement.

Le discours sur la culture et sur l'identité, à la fois érudit et à contre-courant, a été produit par l'artiste-peintre Mohamed Chebaa, tête de liste du PSD. L'authenticité dont il parle est différente de celle du PJD et ne fait aucune référence à la religion. S'il considère également que le problème actuel du Maroc réside dans la poursuite par les élites de la politique coloniale conçue par Lyautey dans le domaine de la ville, de l'art(isanat), etc., il préconise une approche de l'authenticité qui tend moins à la fossilisation et à l'imitation qu'au renouement avec l'esprit critique et avec le droit à l'inventivité. Il dénonce la mondialisation, l'impérialisme et l'aliénation des jeunes et leur propose d'agir sur leur environnement.

Il y a eu aussi place dans cette campagne pour une approche de la marocanité et de l'islamité, se voulant une vision du « juste milieu », ménageant le conservatisme de l'ordre social et moral, imprégnée de « civilité urbaine » des « gens de bien ». Dans mon échantillon, cette position est représentée par Touria Tazi, dont la maternité est souvent érigée comme l'une de ses principales qualités. La candidate se réfère à l'esprit plutôt qu'à la lettre d'un islam « modéré », en puisant dans le

<sup>84</sup> Voilette recouvrant le nez et la bouche, ne laissant entrevoir que les yeux et le front.

<sup>85</sup> Entretien avec un professeur de philosophie, militant USFP dans la section de Hay Hassani, le 24 septembre 2002.

stock des proverbes, des chants, des formules (*al-hamdu li-llah, incha allah, as-slam 'la rasul allah...*), des signes, des actions de bienfaisance, attestant de la « musulmanité » de la candidate (dans le sens où elle est née et où elle a été éduquée dans l'islam)<sup>86</sup>, plutôt que de l'islamité (acte volontaire visant l'islamisation de la société et de la scène politique), mais aussi dans le répertoire du « bon sens commun » des Marocains. C'est d'ailleurs dans cet esprit que la question de la femme est traitée par la candidate :

« Nous sommes des femmes, mais nous avons donné la parole aux hommes en premier, parce qu'ils nous ont précédé dans l'expérience. Nous voulons nos droits, mais les hommes restent au-dessus de nos têtes, et dans la pupille de nos yeux. [...] je veux défendre le droit de la femme, mais l'homme aussi est accablé. [...] Une jeune ne peut même plus se marier. Pourquoi ? Les hommes n'ont pas de travail et il n'y a pas de logement. [...] Et après, on se plaint de la dégradation des mœurs ! Que peut faire l'homme ? Cet homme voudrait bien accomplir sa religion en se mariant et en faisant des enfants. »<sup>87</sup>

Une vision de l'islam totalisante, un islam du « juste milieu » allié avec le « bon sens marocain », un pôle cantonnant le religieux dans la sphère privée et une tendance « élitare » invitant à la production de l'authenticité par la rupture avec l'imitation du passé et de l'autre, en renouant avec la créativité et l'esprit critique. Voici autant de variations dans les tentatives des candidats de se faire reconnaître comme faisant partie du groupe, et de proposer des narrations de ce qui fait l'unité de celui-ci, en rapport avec leur système de représentations respectif : celui d'une contre-élite instruite et islamisée, celui des entrepreneurs, celui d'une gauche conduite à redéfinir son rapport à l'islam, ou encore celui d'une petite élite intellectuelle et artistique. Plus que dans le discours sur la nation, la production des significations autour du religieux et de l'authentique reflète les constructions idéologiques en lutte sur la scène électorale. Leur quasi-absence emprunte le langage poreux de la « marocanité » et de la civilité.

Alors que le premier répertoire est davantage ancré dans ce qui relève de l'être collectif et de ses événements fondateurs, le second grand axe discursif prédominant se situe au niveau du faire. C'est celui des réalisations que s'attribuent le candidat et/ou son parti pour mobiliser des voix, mais aussi des projets et des promesses qu'ils font miroiter. Dès l'abord, une distinction s'impose entre ceux qui s'inscrivent dans une perspective individuelle et ceux qui se situent comme représentants d'une organisation. Et à nouveau, on retrouve le clivage entre partis disposant

<sup>86</sup> Il importe toutefois de souligner que ces formules tirant leur source du répertoire religieux s'inscrivent plutôt dans les registres de la politesse, de la festivité. Le dialectal marocain est loin d'être totalement « sécularisé ».

<sup>87</sup> Extrait de l'intervention de la candidate pendant le meeting du 21 septembre 2002.

de ressources militantes et organisations récentes ou faiblement ancrées, où l'élection met surtout en avant la notoriété d'une individualité. En d'autres termes, si l'USFP, l'Istiqlal (voire le PSD) et le PJD sont en mesure de proposer un bilan de gouvernement pour les premiers et d'opposition pour ce dernier, les autres ne peuvent se situer qu'au niveau de réalisations individuelles dans une relation de type clientéliste et/ou associative. Dans le premier cas, le discours du candidat est très dépendant de celui de son parti ; dans le second, la marge de manœuvre par rapport à l'organisation est totale.

Le candidat du PND constitue l'idéal-type du « patron » se fondant exclusivement sur ses « réalisations » individuelles. Un déplacement est notable pour ce qui est de FC et d'ADL où les candidats se positionnent à deux niveaux. En tant que partis, ils se sont totalement concentrés sur ce qu'ils pensent être leur fort d'entrepreneurs : le développement économique, la petite entreprise, l'investissement, l'emploi, la politique de proximité. À titre individuel, Touria Tazi (FC) a rappelé ses initiatives dans les champs de la bienfaisance et de l'associatif. Ali Belhaj (ADL) a mis en avant des réalisations faites au profit de jeunes (création d'emplois dans son entreprise familiale). Cependant il s'est aussi situé sur un autre plan en se prévalant d'actions effectuées en qualité de député et de président de commune, qui ne bénéficient pas seulement à des individus (comme dans le cas du candidat du PND) ou à une catégorie de la population, mais à l'ensemble d'une région, Dar Bouazza, considérée comme son fief et érigée en zone « exemplaire ». Le nomadisme partisan du candidat et le caractère très récent de la fondation de son parti ne pouvaient néanmoins conduire qu'à une campagne personnalisée.

Il en va autrement des partis qui ont participé à l'expérience de l'alternance gouvernementale. L'USFP a produit un opuscule d'une centaine de pages sur son bilan parlementaire de 1997 à 2002, tout en assurant la large diffusion d'un imprimé d'une page comportant, sur trois colonnes, les rubriques, les pourcentages de 1997 (en noir) et ceux de 2002 (en violet, couleur de la rose symbole de l'USFP) indiquant les progressions assurées dans plusieurs domaines<sup>88</sup>. Le discours dominant dans les interactions avec les électeurs, dans les meetings et dans les imprimés consiste à valoriser l'ensemble de ces réalisations effectuées

<sup>88</sup> Il s'agit notamment de réalisations dans le domaine du social, de la santé, de la scolarisation des filles, dans la dotation du monde rural en eau potable et en électricité, dans les investissements extérieurs et dans la réduction du chômage des diplômés et de la dette extérieure. À cela s'ajoute le bilan du Gouvernement sur le plan des libertés, de la question de la femme, de la vérité sur les années de plomb, de l'ouverture de « dossiers chauds », etc.

dans des « circonstances difficiles », après « quarante ans de pourrissement ». Abderrahmane Youssoufi, leader de gauche, a été appelé par Hassan II pour « sauver le pays de la crise cardiaque ». « Tous ensemble pour poursuivre la construction » est le slogan du parti et les militants ajoutent : « Les fondations que l'on ne voit pas ont été édifiées en dépit des obstacles », « attention au retour en arrière ». L'appel au « réalisme » n'est pas un aspect nouveau des campagnes de l'USFP. Toutefois, suite au passage de ce parti par le Gouvernement, cette tendance est amplifiée. L'accent est mis sur le caractère progressif du changement et sur la nécessité de donner une forte majorité au parti pour lui assurer les moyens de poursuivre les réformes institutionnelles, sociales et économiques sans trop d'obstacles, en accroissant les efforts consentis en faveur de la lutte contre le chômage. Le Parti de l'Istiqlal a adopté le même ton, attirant l'attention sur la « difficulté de la conjoncture » (sécheresse, prix du pétrole élevé, attentats du 11 septembre) et sur l'impossibilité de « tout réformer » en quatre ans, mais en cherchant à valoriser plus particulièrement les réalisations effectuées par les ministres istiqlaliens.

Inversement, le PJD a axé sa campagne sur le bilan de l'équipe parlementaire, dans la majorité comme dans l'opposition<sup>89</sup>. Le propos est beaucoup plus polémique, les accomplissements se situant avant tout dans le registre du capital d'opposition. Toutefois, un véritable travail de légitimation sous-tend les productions écrites et orales, ainsi que les mises en scène des meetings (projections de pages extraites de sites Internet, extraits d'interventions orales de Mustapha Ramid au Parlement, multiplication de chiffres et de statistiques). L'enjeu est de faire une démonstration de force des aptitudes du PJD à jouer le rôle de contrôle du Gouvernement (dont les réalisations ont été attaquées ministère par ministère), à se distinguer dans la tribune de « l'opposition constructive » (et à succéder à l'USFP dans ce registre) – y compris dans les domaines où ses adversaires l'accusent d'incompétence (chiffres, taux de croissance, investissement, taux de chômage, dette, dépenses de l'argent public, etc.) –, à montrer ainsi la possession d'expertises juridiques, socio-économiques, et enfin à laisser entrevoir sa capacité à gouverner. En d'autres termes, le PJD occupe, certes, le créneau du religieux et de l'éthique, en conformité avec son identité de parti à référentiel islamique ; cependant, il le valorise plutôt dans les interactions avec les masses. Dans les rencontres avec des cadres, il cherche à montrer qu'il a produit un

<sup>89</sup> Un livre de plus de 300 pages détaille les réalisations dans une seconde partie comportant dix chapitres. Dans les annexes, se trouvent notamment les statistiques des questions orales et écrites présentées par les députés de l'équipe du PJD de manière comparée avec les autres groupes ainsi que la liste des propositions de lois émanant du PJD.



programme global, embrassant tous les secteurs, empruntant la terminologie la plus en vogue des droits humains, du développement solidaire et durable, y insérant quelques grains seulement de morale islamique.

Ce répertoire des réalisations et du développement, particulièrement contraignant pour l'ensemble des acteurs et des partis, semble être celui qui laisse le moins de place à l'innovation, puisqu'un accord minimal se dégage sur une bonne partie des objectifs. Les candidats se disputent essentiellement pour savoir qui est le plus apte, qui a échoué ou réussi au niveau de l'exécution. Néanmoins, il importe de souligner que l'émergence politique d'une classe d'entrepreneurs promouvant un libéralisme solidaire a réactivé le débat idéologique à gauche.

L'analyse des répertoires de la démocratie et du civisme permet de poursuivre l'observation de la rivalité entre les deux dynamiques : celle de la « politisation » du débat et celle qui consiste à la réappropriation par les acteurs faibles en ressources idéologiques de l'ensemble des recettes et des représentations en circulation dans le marché électoral. À l'USFP, un parti au passé militant glorieux dont le Premier ministre revendique l'organisation des premières élections régulières, encore une fois, le parti islamiste cherche à subtiliser la position historique d'avant-garde dans la lutte pour la démocratie et pour les droits de l'homme<sup>90</sup>. Il se réapproprie les valeurs de l'adversaire en les recadrant<sup>91</sup> et en les formatant parfois dans un référentiel islamique, mais également en inversant les rôles. Les slogans islamistes incitant au vote en conformité avec l'intime conviction, combattant l'achat des voix, illustrent bien le syncrétisme opéré entre des valeurs civiques, éthiques et la morale religieuse, mais aussi la transformation du contenu de concepts islamiques : « La politique est un culte (*'ibada*), votre voix est une attestation/un témoignage de foi (*chahada*), pour le changement ». Aux luttes passées du parti de gauche, le PJD oppose ses combats dans la

<sup>90</sup> Le PJD a pour modèle tacite son homologue turc. Ses ténors ne manquent pas de défendre l'idée que leur parti n'est pas un ennemi de la démocratie, contrairement à ce que leurs adversaires affirment. Ils assimilent le concept de *chura* (consultation recommandée dans le texte coranique) à celui de démocratie, et prétendent que seules les procédures varient à travers l'espace et le temps. Cet avis est loin d'être partagé par l'ensemble des groupes islamistes marocains. Ainsi pour le leader de al-*'Adl wa al-Ihsan* (Justice et bienfaisance), il y a une distinction nette entre *chura* et démocratie : la souveraineté divine prime sur la souveraineté populaire.

<sup>91</sup> À ce sujet voir aussi bien les travaux sur l'invention de la tradition (Hobsbawm, 1983 ; Eickelman, Piscatori, 1996, chap. 2 et 3), que les recherches au prolongement de celles d'Erving Goffman sur « l'analyse des cadres d'interprétation » et notamment Snow, Benford et al. (1986).

défense des victimes (islamistes) actuelles de la répression, en mettant l'USFP sur le banc des accusés de la violation des droits de l'homme. Une surenchère particulière se fait sur le terrain de la démocratie interne. Quant aux acteurs sans ressources idéologiques, ils puisent sélectivement dans le stock des slogans conçus par les partis de gauche ou du Mouvement national scandés tout au long de l'histoire du mouvement étudiant, des manifestations à caractère national ou international, comme ceux qui ont été imaginés ou réappropriés par les islamistes dont le succès est dû à leur imprégnation par le vocabulaire de la morale populaire religieuse. Mais si ADL ou FC empruntent sans complexe les slogans contre l'achat des voix, comme « sans un rial, sans deux rials, X ira au Parlement » ; le candidat du PND se contente de slogans construits sur la base d'airs et de rythmes connus comme « la transparence est là, la démocratie est là... ». Tous participent ainsi à la banalisation ou à la dilution de cette thématique.

Les trois grands répertoires classiques de la légitimation par les origines (« élisez-nous, nous vous avons libérés », ou « élisez-nous, nous avons souffert de la répression », ou « élisez-nous, nous sommes les plus authentiques »), par les réalisations (« élisez-nous, parce que nous avons bien travaillé » ou « que nous allons bien travailler »), par la représentation (« élisez-nous, parce que nous sommes les plus aptes à respecter votre volonté ») sont ainsi utilisés de manière différente, avec des accents variables. Les grands partis investissent de manière équilibrée les trois registres, les partis comme ADL et FC se concentrent sur le deuxième, alors que le PND picore ici et là, se laissant enivrer plutôt par le répertoire de la festività et des stades de football, privilégiant l'ambiance et l'enthousiasme avant tout. S'il existe véritablement un phénomène de retraduction des thématiques nationales en interaction avec le type de destinataires et de contextes locaux, il apparaît aussi que les candidats des partis de militants (même lorsque ceux-ci sont devenus « partis de gouvernement » comme l'USFP) demeurent davantage en continuité avec les discours de leurs organisations, alors que les autres ont une marge de manœuvre totale.

Tout au long de cette réflexion, je me suis régulièrement demandé si un parti en particulier détenait le monopole des discours à la fois messianiques et polémiques, formulant l'hypothèse que le siège de l'opposition délaissé par la gauche au profit des islamistes pouvait se traduire par le changement de couleur du populisme. À l'écoute des discours et des interactions, il m'est en effet apparu que les partis qui ont réalisé l'« alternance » politique, tels que l'USFP, l'Istiqlal et même le PSD, ont eu tendance au cours de cette campagne à rompre avec les élan de type démagogique. Ils ont plutôt adopté un ton pédagogique cherchant à sensibiliser les électeurs, non plus tant dans le sens d'une

« conscientisation » de type révolutionnaire, que dans celui de l'alphabétisation politique qui consiste à expliquer le métier d'un élu national, les prérogatives du Gouvernement, ses marges de manœuvre. Toutefois, les militants du PJD ont également engagé un effort important pour expliciter le rôle de représentation assuré par le parlementaire, la nécessité de s'adresser aux conseillers communaux lorsque des problèmes surgissent au niveau du local et surtout l'impossibilité pour les élus d'une manière générale de répondre à l'ensemble des difficultés individuelles rencontrées par les citoyens. Ce discours a également été tenu par Touria Tazi et par ADL. Qu'ils aient eu à subir les pressions de la population à partir de leur siège de député d'un parti au Gouvernement, d'élu de l'opposition, ou qu'ils anticipent sur les attentes à venir, ces acteurs se sont donc sentis obligés d'imposer des limites aux exigences illimitées auxquelles ils sont confrontés. Mais, sous un autre angle, il m'a semblé que plusieurs types de populismes se livraient bataille. La plupart des discours exaltaient le « bon peuple », magiquement homogène, et le dotaient de traits valorisés par les uns ou les autres : « marocain », « musulman », « conscient », « pourvu d'une morale », « modéré », « démocrate », mais en tout état de cause « authentique ». La rhétorique polémique, particulièrement puissante chez le PJD, était tout aussi présente chez les autres acteurs et gagnait ses galons populistes dans la dénonciation des « ennemis de la nation ». La mise en danger s'est configurée à travers la délimitation de frontières extérieures par un nationalisme exacerbé. USFP, Istiqlal, et PJD se sont rejoints dans leur rappel lancinant des menaces qui pèsent sur l'intégrité territoriale du Maroc (à propos des conflits avec l'Algérie ou l'Espagne notamment) ; le parti islamiste a apporté un accent particulier en mettant en garde contre « l'impérialisme américain » et sa « guerre contre le terrorisme » aux tournures effrayantes pour le monde musulman. Le langage de la crise et du risque de rupture de l'ordre intérieur a désigné quant à lui les « ennemis [internes] de la nation » : les laïcs inféodés à l'Amérique pour le PJD, les extrémistes important les poils et les voiles d'Afghanistan pour les partis issus du Mouvement national, les ennemis de la démocratie qui diffusent des rumeurs et créent des partis de toutes pièces (meeting USFP), la classe politique regroupant des voleurs et des menteurs, qui détournent à leur profit la richesse du pays tout en bénéficiant de l'immunité parlementaire et qui sont responsables du fait que les jeunes grillent les frontières (meeting Touria Tazi). Certes, la structure polémique, fréquente dans les campagnes électorales, vise à flatter l'électeur et à créer une complicité avec lui contre tous les autres adversaires. Mais dans ce cas, elle conforte les stéréotypes largement diffusés au sein de la population, plaçant tous les acteurs dans le même sac, accroissant le fossé qui existe entre électeurs et élus.

## Conclusion

Pour conclure, reprenons la question de départ : tous les acteurs politiques sont-ils pareils, comme cela a été tant de fois répété avant, pendant et après la campagne ? Cette étude montre que dans les deux zones populaires observées, le principal clivage réside dans la possession ou non d'un capital militant et cette distinction apparaît à tous les niveaux : investiture (valorisant le capital militant, l'ancienneté dans un cas, les capitaux individuels dans l'autre), propriétés sociales et politiques mises en avant (militantisme, professionnalisme *versus* notabilité, expertise économique, action sociale), ressources déployées (d'un côté essentiellement militantes, de l'autre courtage électoral et clientélisme mitigé), mises en scène et répertoires utilisés (un référentiel idéologique propre, ou à l'inverse un corpus social et du mimétisme), rapport entre le candidat et son parti (forte dépendance ou marge de manœuvre totale). En d'autres termes, si l'on observe bien un phénomène d'ajustement des thématiques nationales aux « logiques de situation », il n'en apparaît pas moins que deux types d'entreprises politiques coexistent : celles qui sont plutôt « anonymes, continues et nationales », et celles qui tendent à être « personnelles, discontinues et locales » (Offerlé, 2002, p. 24). Les premières s'adaptent plus facilement au scrutin de liste et à des circonscriptions larges, les secondes ont le plus souvent perpétué le style de campagne rodé dans les scrutins majoritaires à un tour. Une deuxième question se pose en filigrane : la multiplication des candidatures « notabillaires » signifie-t-elle pour autant la crise du militantisme et l'avènement des nouveaux entrepreneurs ? Certes, l'ouverture politique et la phase de décomposition/recomposition de la scène partisane qui en a découlé ont attiré, dans le marché électoral, de nouvelles figures et des investissements financiers conséquents qui ont renforcé la tendance à la professionnalisation des agents électoraux, qui ont parfois brouillé les pistes et qui ont suscité une lutte acharnée autour de la définition de l'excellence politique. Cependant, les scores réalisés<sup>92</sup> ont révélé que dans les quartiers populaires où s'affaiblissent les emprises sociales et politiques, lorsqu'il y a concurrence entre l'éthos de la magnificence, d'une part, et l'esprit de dévouement soutenu par une entreprise politique disciplinée, d'autre part, c'est ce dernier qui triomphe. Il semblerait en outre que la plus forte rivalité est celle qui se dresse entre militantismes ascendants et descendants. Enfin, il importe de souligner que le parti

<sup>92</sup> À Ain Chok-Hay Hassani, le PJD (25 369 voix), l'USFP (18 835 voix), l'Istiqlal (10 470 voix) ont obtenu chacun un élu. Il en a été de même pour deux autres partis suscités par l'Administration (le Mouvement national populaire et le Front des forces démocratiques). ADL (5 623 voix) et le PND (5 353) n'ont pas eu d'élu. À El-Fida-Derb Soltan, le PJD a obtenu deux élus (20 899 voix), l'USFP un élu (14 999 voix). Les deux autres partis étudiés n'ont pas eu d'élu : FC (1 709 voix), PSD (624 voix).



islamiste ne s'est pas distingué uniquement par son offre de biens de salut, mais qu'il a surtout bénéficié de sa « virginité » face à l'usure de l'USFP (après le passage de celui-ci par le Gouvernement), qu'il s'est singularisé par ses capacités organisationnelles, qu'il a accompli un gros travail en amont et en aval de la campagne électorale, qu'il a mis en avant des candidats et des militants qui ont pu, dans ces endroits, articuler leurs propriétés sociales et politiques avec celles des différentes catégories d'électeurs. Quand les autorités politiques se désengagent de la « mobilisation » électorale des « masses indifférentes », ni les « notables », trop nombreux et peu saillants, ni les partis affaiblis par la répression et la cooptation ne prennent victorieusement le relais : d'autres contre-élites se sont constituées.